



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

“Análisis de la rentabilidad promedio de las microempresas, del PPAO en el distrito de Nuevo Chimbote 2018”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR:

AREVALO CARMEN ALEX YOEL

ASESORA:

Dra. ESPINOZA RODRÍGUEZ OLENKA ANA CATHERINE

LINEA DE INVESTIGACIÓN:

FINANZAS Y DERECHO CORPORATIVO

CHIMBOTE-PERÚ

2018

PAGINA DEL JURADO

 UCV UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS	Código : F07-PP-PR-02.02
		Versión : 09
		Fecha : 23-03-2018
		Página : 1 de 1

El jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a)

Arevalo Carmen Alex Joel

cuyo título es:

*Análisis de la rentabilidad promedio de
las microempresas, del PPAO en el
distrito de Nuevo Chimbote 2018*

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por
el estudiante, otorgándole el calificativo de: *17* (Número).....

diecisiete

(Letras).

Chimbote, *14* de *12* Del 20*18*.


PRESIDENTE

DRA. OLENKA ESPINOZA RODRIGUEZ


SECRETARIO

DRA. JOSÉ LINARES CAZOLA



VOCAL

MG. SONIA AGUILAR SANCHEZ

DEDICATORIA

A mis padres por el apoyo afectivo-económico y, a mis hermanos por el cariño y la motivación que me brindaron durante el desarrollo de esta carrera universitaria.

A mis tíos paternos que siempre estuvieron dispuestos a ayudarme para la culminación de esta investigación final de mi carrera profesional.

A todos los estudiantes de Administración que están dispuestos a seguir con las investigaciones de las microempresas y así poder mejorar la perspectiva de esos empresarios en el mediano y largo plazo

AGRADECIMIENTO

A Dios, por darme la vida y haberme permitido empezar y terminar esta investigación y por ende, la culminación de mi carrera profesional.

A mis asesores porque siempre estuvieron atentos a mis consultas en la realización de esta investigación y poder así terminarla de la mejor manera

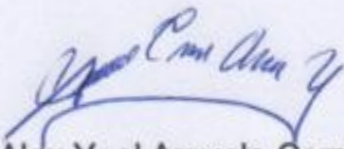
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo Alex Yoel Arevalo Carmen con DNI N° 76338830, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Chimbote, diciembre de 2018.



Alex Yoel Arevalo Carmen
DNI N° 76338830

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Análisis de la rentabilidad de las microempresas, del PPAO – Nuevo Chimbote 2018”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciado en Administración.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

El Autor

ÍNDICE

PAGINA DEL JURADO	II
DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTO	IV
DECLARACION DE AUTENTICIDAD.....	V
PRESENTACIÓN	VI
ÍNDICE	VII
RESUMEN	IX
ABSTRACT	X
I. INTRODUCCIÓN.....	11
1.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA	12
1.2. TRABAJOS PREVIOS	15
1.3. TEORÍAS RELACIONADAS AL TEMA.....	21
1.4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	30
1.5. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO	31
1.6. HIPÓTESIS.....	32
1.7. OBJETIVOS.....	32
1.7.1. <i>Objetivo General</i>	32
1.7.2. <i>Objetivos específicos</i>	32
II. MÉTODO	33
2.1. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	34
2.2. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES.....	34
2.3. VARIABLES, OPERACIONALIZACIÓN	35
2.4. POBLACIÓN	36
2.4.1. <i>Unidad de análisis</i>	36
2.4.2. <i>Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad</i>	36
2.4.3. <i>Técnicas</i>	36
2.4.4. <i>Instrumentos</i>	37
2.4.5. <i>Validez</i>	37
2.4.6. <i>Confiabilidad</i>	38
2.5. MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS.....	39
2.5.1.1. <i>La estadística descriptiva</i>	40
2.5.1.2. <i>Medidas de centralización</i>	40
2.6. ASPECTOS ÉTICOS.....	42
III. RESULTADOS.....	43
3.1. RESULTADOS	44
3.1.1. <i>Objetivo N° 1:</i>	44

3.1.2.	Objetivo N° 2:	52
3.1.3.	Objetivo N° 3:	54
3.2.	CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS.....	56
IV.	DISCUSIÓN.....	59
V.	CONCLUSIONES.....	65
VI.	RECOMENDACIONES	68
VII.	REFERENCIAS.....	70
ANEXOS	75

RESUMEN

La presente investigación “análisis de la rentabilidad promedio de las microempresas, del PPAO en el distrito de nuevo Chimbote -2018” tiene como principal objetivo informar a los microempresarios del sector del PPAO cuánto es la rentabilidad que estos obtienen de su negocio al mes, tomando en cuenta los costos, gastos y utilidades de cada microempresa encuestada, ya que es precisamente a los dueños de éstas a los que se ha encuestado. Para conocer e informar dicha rentabilidad es que se ha elegido exclusivamente el ratio de rentabilidad sobre ventas y el estudio a dueños de siete tipos de negocios, bodegas, restaurant, salones de belleza, panaderías, juguerías, internet y librerías. Por otro lado, esta investigación está compuesta por un marco teórico que la respalda, su respectivo diseño de investigación, resultados encontrados y ciertas conclusiones después del análisis de datos, las que servirán de base para futuros investigadores que deseen continuar con investigaciones para este segmento de empresas. Además, esta investigación cuenta con ciertas recomendaciones que tienen como finalidad mejorar de alguna manera el gran problema que se centra en el desconocimiento de la rentabilidad y la nula capacitación que tienen los microempresarios del sector del PPAO y demás lugares de nuestro país.

Palabras claves: *microempresas, rentabilidad, análisis de datos, ventas, costos, gastos y utilidades.*

ABSTRACT

The main objective of this research is to inform the microentrepreneurs in the PPAO sector how much profitability they get from their business per month by taking into account the average profitability of microenterprises from the PPAO in the district of new Chimbote -2018. Taking into account the costs, expenses and profits of each micro-enterprise surveyed, so it is precisely the owners of these who have been surveyed. To know and report this profitability is that exclusively the profitability ratio on sales and the study of owners of seven types of businesses, wineries, restaurant, beauty salons, bakeries, juguerías, internet and bookstores. On the other hand, this research is composed of a theoretical framework that supports it, its respective research design, findings and conclusions after the data analysis, which will serve as a basis for future researchers wishing to continue research for this segment of research. Business. In addition, this research has certain recommendations that aim to improve in some way the great problem that focuses on the lack of profitability and the lack of training that microentrepreneurs have in the PPAO sector and other places in our country.

Key words: microenterprise, profitability, data analysis, sales, costs, expenses and utilities.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

Las MYPES son consideradas el motor económico en los países de América Latina y El Caribe y se estima que existen aproximadamente 10 millones de MYPES que dan empleo a casi la mitad de los trabajadores con un 47%, es decir, dan trabajo a unas 127 millones de personas en esta zona mientras que las medianas y grandes empresas generan el 19% de empleo, a ello también se le suma el 28% de personas que trabajan por su cuenta y un 5% que realiza trabajo doméstico. Si bien es cierto que las MYPES son consideradas los ejes económicos de los países latinoamericanos, estas se enfrentan a una baja productividad y a un alto índice de informalidad, siendo esta última la que genera una gran brecha entre un trabajo decente y condiciones laborales que perjudican aún más la productividad. La falta de financiamiento, el sistema tributario no favorable, la competencia y una mano de obra con una deficiente capacitación se convierten en las principales causas que generan los problemas de la informalidad y la baja productividad de las MYPES en este sector del continente Americano (El comercio, 2015).

En el Perú las micro, pequeñas y medianas empresas representan el 99,5% y la gran empresa sólo el 0.5% del total, y según la Central de Información Crediticia Sentinel existen 3.5 millones de MYPES y se estima que la mitad es informal, sin embargo sean formales o informales éstas siguen siendo las mayores generadoras de empleo en nuestro país y los estudios demuestran que 8 de cada 10 personas que trabajan lo hacen en una MYPE y 9 de cada 10 empresas que operan se encuentran en el grupo de las MYPES, estos resultados reafirman la importancia de las MYPES y medianas empresas en nuestro país (El comercio, 2016).

En nuestro país la mayor parte de empresarios de las microempresas, son personas con limitados conocimientos técnicos en el mundo empresarial debido a que emprendieron su negocio empíricamente, más que por satisfacer las necesidades de los clientes estos emprendieron por la urgencia de generar ingresos para poder vivir, esto se puede apreciar claramente en la zona del PPAO-Nuevo Chimbote, donde la mayoría de microempresarios por falta de conocimiento técnico empresarial no se orientan a satisfacer al cliente sino más bien lo hacen para generar ganancias momentáneas lo que es más importante para ellos que proyectarse estratégicamente al largo plazo, piensan en el momento y poco les interesa el futuro de su negocio. Por ejemplo, en esta zona del PPAO una clara muestra son las bodegas que existen en las cuales se puede ver la falta de interés y conformismo en no querer mejorar su situación actual, por lo que su rentabilidad que obtienen de su negocio no será la óptima y es más ni siquiera saben cuál es la rentabilidad que tiene su negocio. No tienen esas ganas de querer aprender y aplicar nuevos conocimientos a sus microempresas perjudicando así a la sociedad porque poco les importa si satisfacen sus necesidades o no con los bienes y servicios que ofrecen. No obstante, una sociedad quiere empresas con empresarios capacitados porque ellos son los responsables del crecimiento y desarrollo de la misma.

En vista a todo ello, se conjetura que los efectos más importantes que ocasionan estos problemas en las microempresas del PPAO-Nuevo Chimbote son: la no expansión de éstas, escaso financiamiento, el poco reconocimiento de la marca por parte de sus clientes por falta de una diferenciación y promoción, el cambio de rubro o el cierre total de las mismas, todo ello, debido al desconocimiento de técnicas de gestión y finanzas para direccionar su negocio.

Es por ello que esta investigación da a conocer la rentabilidad que tienen las microempresas del PPAO, en sus diferentes tipos de negocio y así, los dueños de esos negocios puedan conocer la rentabilidad que obtienen y de

alguna manera, les permita tomar decisiones teniendo como referencia este estudio.

Para facilitar y profundizar esta investigación en todo el contexto del tema se enuncian las siguientes preguntas

¿Cuáles son los ingresos por ventas mensuales de las microempresas del PPAO-Nuevo Chimbote 2018?

¿Cuáles son los gastos y costos que tienen las microempresas del PPAO-Nuevo Chimbote 2018?

¿Cuál es la rentabilidad promedio sobre ventas de las microempresas del PPAO-Nuevo Chimbote 2018?

1.2. Trabajos previos

La presente investigación, de alcance descriptivo, tiene como finalidad determinar y describir el comportamiento de la variable en estudio “Análisis de la rentabilidad” enfocada exclusivamente en las microempresas que existen en la zona del PPAO – Nuevo Chimbote. Por lo cual, se da una definición de la variable y de los elementos que la complementan de manera argumentada citando a diversos expertos en el tema de investigación.

Como punto de inicio, se citan y analizan antecedentes de investigaciones realizadas anteriormente, enfocados en la variable de estudio con sus respectivos hallazgos enriqueciendo así, el mundo de la investigación:

Andrade (2011) en su tesis titulada “La producción y la rentabilidad de la empresa de construcciones y hormigones “ECOHORMIGONES” Cía. Ltda., en el año 2010”, empleando el tipo de investigación descriptivo, conformada por una población de 55 y con una muestra de 48 personas concluye lo siguiente:

Existen fallas de control del uso del material por parte del encargado así como la excesiva producción que originan los desperdicios de éste, dando a conocer que no hay un manejo adecuado del material en el momento de la producción, también por la falta de mano de obra, materia prima, maquinaria y recursos económicos, debiendo mejorar estos factores ya que son muy importantes para la producción y el crecimiento de la rentabilidad de la empresa (p.72).

La falta de un plan estratégico de mejoramiento de la producción en el área del hormigón, conlleva que la empresa tenga un bajo rendimiento por lo que se ocasionan los retrasos, dándose así un crecimiento proporcional de la empresa (p.72).

Rengifo (2011) en su tesis titulada “El crédito y la rentabilidad de las microempresas comerciales del distrito de Tarapoto”, empleando el tipo de investigación no experimental – transversal, con una muestra de 118 de microempresas sólo comerciales concluye lo siguiente:

Las microempresas comercializadoras del distrito de Tarapoto, exhiben un bajo nivel de gestión empresarial, toda vez que no disponen con personería natural el 61% del total, y cuentan con personería jurídica tan solo el 39%, correlacionándose al hecho de que un 78% de las microempresas se encuentran comprendidas en los regímenes simplificado y especial del Registro Único del Contribuyente, no encontrándose obligadas a llevar libros de contabilidad y presentar balances y estados de pérdidas y ganancias, que representan los requisitos indispensables para el acceso a los diversos tipos de créditos, que oferta la banca comercial y de segundo piso. Corroborando esto con los resultados de la investigación que se tiene que durante el periodo 2007 – 2010 un considerable 41.5% de las microempresas no tuvieron acceso a crédito alguno (p. 85).

La información contable y financiera de las microempresas comerciales es inexistente, deficiente y desordenado, lo que imposibilita determinar los ratios clásicos de rentabilidad. Sin embargo, bajo el enfoque del margen de utilidad sobre las ventas, encontramos que el 40.7% de las microempresas comercializadoras del distrito de Tarapoto poseen un margen de utilidad menores al 20%, mientras que el 53.4% ostentan un margen mayor que oscila entre 20 y 40 % y el 5.9 % tienen márgenes superiores al 40%. La cuantía de los márgenes de utilidad se explican por el lado de los precios y no propiamente por los niveles de eficiencia de las microempresas, habida cuenta que la ciudad de Tarapoto junto a Iquitos, Pucallpa y Puerto Maldonado son consideradas como las ciudades con mayor costo de vida nivel país, urgiendo de mayores márgenes de ganancias para compensar

sobrecostos adicionales que devienen de la venta de los productos (p. 85).

Finalmente, podemos asegurar que los niveles de rentabilidad de las microempresas comerciales de la ciudad de Tarapoto tienen relación directa con el acceso al crédito, la publicidad realizada, y, el grado de instrucción y estándares de capacitación de los conductores de las mismas, al margen de la demanda y el monto de los créditos que resultaron ser redundante y no significativa respectivamente. Esta lógica de razonamiento nos conlleva a confirmar la hipótesis de investigación propuesta (p. 86).

Rengifo (2011) en su tesis titulada “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro artesanía shipibo-conibo del distrito de Callería-Provincia de Coronel Portillo, periodo 2009-2010”, empleando el enfoque de investigación cuantitativa, diseño de investigación no experimental-transversal, con una población constituida por 14 mypes y con un censo de toda la población en estudio, afirma que:

Las MYPES en la economía peruana son las que en mayor proporción generan empleo a las personas y así contribuyen con un aporte significativo al PBI, sin embargo, también constata que las MYPES conforman uno de los sectores que menos apoyo sólido y decidido recibe por parte del Estado, eso lo argumenta diciendo que no existe un sistema nacional de capacitación que esté dirigido a los microempresarios para que estos mejoren su competitividad en el mediano y largo plazo, como si lo hacen los países latinoamericanos de Chile, Brasil y México. Para darle solución a esa limitación que tienen las MYPES el autor de esta investigación repite como una alternativa la propuesta de aplicación de un sistema nacional de capacitación, a través de un modelo de acciones y estrategias que

una eficientemente a todos los involucrados de este sector donde exista un organismo que regule, establezca bases, marque pautas y fije las normas para que dicha capacitación pueda llegar a todos los micro y pequeños empresarios de nuestro país (p. 4).

Después de realizar su estudio, el autor concluye en cuanto al indicador de la rentabilidad lo siguiente:

El 93% cree que el financiamiento otorgado mejoró la rentabilidad de su empresa, el 57% cree que la capacitación mejoró la rentabilidad de su empresa y el 86% afirma que la rentabilidad de su empresa mejoró en los 02 últimos años (p. 47).

Los empresarios encuestados manifestaron que las principales características de la capacitación de sus Mypes son: el 86% no recibió capacitación para el otorgamiento del préstamo, el 71% tuvieron un curso de capacitación, Con respecto al personal que recibió algún tipo de capacitación el 43% ha recibido alguna capacitación, El 57% considera que la capacitación como empresario es una inversión y el 50% considera que la capacitación como empresario es relevante para su empresa (p. 47).

Ramos, (2014) en su tesis titulada “Sistema de costos y la rentabilidad en la microempresa de fabricación de bloques en el sector de la Cangahua provincia de Cotopaxi”, empleando el tipo de investigación relacional con una población de 9 microempresas concluye lo siguiente:

El cálculo del Margen Bruto dentro de los índices de rentabilidad es un factor muy importante para la toma de decisiones; ya que, se pueden hacer negocios de manera más eficiente porque se tiene un claro panorama de cuánto se desea obtener de ganancia en una venta. Sin embargo, éstas microempresas no conocen realmente la rentabilidad que sus productos le generan, debido a que simplemente se basan en

la experiencia que cada uno de ellos tienen en el negocio de la fabricación de bloques y por tanto sus productos son vendidos según lo determinado por la competencia y el medio en el que se genera su actividad económica.

Mercado (2014) en su tesis titulada “el mercado de valores como fuente de financiamiento para la micro y pequeña empresa” empleando el tipo de investigación aplicada y con diseño de investigación no experimental-transversal, concluye que:

Es innegable la trascendencia de las MYPES en el Perú, más del 99% son micro y pequeñas empresas; además contribuye con más del 70% de la PEA; por el contrario a su tamaño, resulta cada vez menor su contribución al PBI (menos de 40%) (p. 158).

El riesgo financiero de las MYPES está dado por la escasa información, la mucha informalidad y la debilidad en la gestión, por lo que se necesita promover buenas prácticas cimentadas en la transparencia de la información, y en la utilización de un sistema centralizado de información de las MYPES para que pueda ser accesible al público, a los inversionistas y así minimizar el riesgo que presentan (p. 160).

Vázquez (2014) en su tesis titulada “Análisis de la rentabilidad de la farmacia Bazan de Chimbote en los periodos 2010 al 2013” empleando como diseño de investigación No experimental-Longitudinal, como tipo de investigación descriptivo, con método de investigación analítico, con una población unitaria y por ende sin muestra, concluye lo siguiente:

Para determinar la rentabilidad de la farmacia Bazan se tuvo que realizar un respectivo análisis de los ratios de rentabilidad para constatar que fue rentable en el año 2013 un 0.52%, comparando con el año 2010 que fue un 0.47%, mientras que el año 2012 tuvo un

aumento de 0.20% debido a que se abrieron nuevas sucursales en Nuevo Chimbote es así que de esta manera se está obteniendo mayores resultados respecto a las ganancias obtenidas. A su vez el resultado obtenido en la rentabilidad patrimonial demuestra que la empresa inició con un 11.30% que mantenía deuda con sus proveedores, para el año 2011 posee un 11.14%, para el año 2012 un 4.07% y para el año 2013 un 4.52% obteniendo un capital suficiente para solventar sus pasivos (p.103).

El análisis financiero es de importancia para la determinación de la rentabilidad obteniendo como utilidad neta para los años 2010, 2011, 2012 y 2013 un 0.41%, 0.55%, 1.62% y 2.70%, la farmacia puede ser analizada de diferentes formas, con el objetivo de evaluar y determinar la rentabilidad de las sucursales, es necesario que la administración de la empresa proporcione los datos suficientes para obtener un buen resultado (p.103).

Al comparar los resultados de la rentabilidad en los periodos 2010 al 2013 de la Farmacia Bazán, podemos deducir que la situación de la empresa está bien orientada, como se puede observar en el cuadro N° 12, que el año 2010 tuvo un 0.57%, para el año 2011 descendió a un 0.45%, para el año 2012 aumentó a 0.56% y para el año 2013 aumentó favorablemente 0.64%, debido a que la empresa tiene mayores ingresos por ventas y sus costos y gastos se muestran en proporción al incremento de sus ventas (p. 103).

1.3. Teorías relacionadas al tema

Para que un estudio no pierda relevancia es necesaria la fundamentación teórica, técnica y humanística. Por ello, para poder entender de manera completa esta investigación tenemos que tener en claro la definición de los términos más relevantes que se están utilizando dentro de esta tesis, es así que empezamos a definir a las mypes, para ello, en primer lugar se hace teniendo en cuenta al número de asalariados, que viene a ser de 1 a 50, según la Organización Internacional de Trabajo (OIT).

Cabe mencionar que la definición anterior básicamente está enfocada en el número de asalariados dentro de estas entidades ubicadas en el grupo de las mypes, es decir, es una definición general a nivel mundial. Sin embargo, cada país promulga sus propias leyes enfocadas para este grupo de mypes teniendo en cuenta sus culturas, para luego darles su propia definición.

El BID (2003) respalda lo dicho anteriormente cuando dijo que “En América Latina y el Caribe no existe una definición única sobre micro, pequeña y mediana empresa. Por el contrario, los criterios varían en función de los países, los sectores económicos y las instituciones de apoyo”.

El concepto dado por el BID nos afirma que la definición que se le asigna a las microempresas es de acuerdo a las culturas de cada país, es decir, cada país puede tener su propia definición para las mypes. Pero, básicamente para que puedan ser definidas estas, se tienen en cuenta variables como el número de empleados y el volumen de ventas.

En cuanto a la importancia de las microempresas, esta es muy significativa en toda América Latina y El Caribe. Parte de esa importancia la menciona Tunal (2003) aduciendo que “La principal importancia que tienen las microempresas en el mercado de trabajo radica en la capacidad que tienen éstas de producir puestos de trabajo con menores requerimientos de capital” p. 80.

A diferencia de las grandes empresas las mypes se crean con capitales no muy grandes es por eso, que existen muchas y su cantidad es relevante en toda América Latina y El Caribe. Por lo que, se las considera el motor económico de cada país de estos bloques de nuestro planeta.

En el caso de nuestro país la definición de las mypes según la Ley N° 28015 (2003) es la “unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tienen como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción y comercialización de bienes o prestación de servicios”.

Esta definición muestra que las mypes tienen características similares a las grandes empresas, como en la forma de organización y el desarrollo de sus actividades, aunque no tienen la misma capacidad de producción que las grandes empresas, si tienen mucha presencia ya que son las que más abundan en nuestro país sean formales o informales siguen siendo el eje que impulsa nuestra economía.

Asimismo, en esa misma ley se describían algunas características donde la micro empresa es reconocida por tener de 1 a 10 trabajadores y sus ventas anuales no deben pasar 150 UIT, mientras que la pequeña empresa es considerada por tener de 11 a 50 trabajadores y sus ventas anuales deben estar entre 151 y 850 UIT (Ley N° 28015, 2003)

En esa ley las mypes estaban limitadas básicamente por número de trabajadores que tenían y de acuerdo a ello se las definía, sin embargo, la actual ley ya no lo hace sino más bien se enfoca en el volumen de ventas y de acuerdo a ello las define.

La actual ley “Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial” desde la fecha que fue publicada hasta la actualidad establece que las mypes se

definen de acuerdo a su volumen de ventas anuales, microempresa hasta 150 UIT y la pequeña empresa de 151 a 1700 UIT, a diferencia de la ley N° 28015 donde la pequeña empresa sus ventas eran hasta 850 UIT. Pero, la definición textual en cuanto a su forma de constitución que se dio a las mypes en la ley N° 28015 no ha sido modificada por lo que en este proyecto adaptamos esa definición aceptando dicha modificación en sus características en cuanto al volumen de ventas anuales (Ley N° 30056, 2013).

Después de conocer la definición enfocada a las mypes y de las grandes empresas se deduce que ya sea por el tamaño o forma de constitución, éstas tienen dos características en común indiscutiblemente, la primera que todas son llamadas empresas y la segunda que todas tienen la finalidad primordial de vender ya sea los bienes que ofrece o servicios que preste a sus clientes, lo cual determinará sus ingresos por ventas ya sean diarios, mensuales o anuales.

Habiendo conocido y entendido la definición de las mypes en todo su contexto es necesario conocer la rentabilidad que éstas obtienen de acuerdo a las ventas que realizan, por lo que se tiene que saber la definición de este término para que se pueda entender de la mejor manera.

Se considera a la rentabilidad como uno de los indicadores más importantes para el éxito de un negocio, esta permitirá a los empresarios tomar decisiones cómo aumentar la rentabilidad si ve que es muy baja o de cambiar el rubro de su negocio si su expectativa es tener mejores beneficios (Apaza, 2006).

Pues bien, teniendo en cuenta esta definición se puede aducir que la rentabilidad se convierte en el centro de las decisiones por parte del dueño del negocio, porque es justamente este indicador el que le dirá si su negocio debe continuar pero con algunas mejoras, es decir generando valor

agregado o si definitivamente debe cerrar porque literalmente no es rentable.

Seguidamente, se define a la rentabilidad como la capacidad que tiene toda empresa para generar utilidades en un determinado tiempo. Es por ello, que al analizar la rentabilidad esta facilitará medir un indicador importante en el manejo de una empresa que es la eficiencia, primordialmente de los directores, gerentes y administradores ya que ellos son los responsables de la dirección y el éxito del negocio. Al realizar un análisis al estudio de la rentabilidad se obtiene información de cómo es la capacidad de los activos fijos para producir beneficios justificando la inversión realizada, conocer si las utilidades obtenidas son las indicadas para el capital de negocio y verificar si los resultados obtenidos por las ventas son los óptimos. Asimismo, un análisis a la rentabilidad permite medir la eficiencia general del rumbo de la empresa (Ortega, 2008).

Esta definición hace mención que la rentabilidad también mide la eficiencia que tienen los dueños o encargados de un negocio en generar beneficios en un determinado tiempo. Es así que, si una empresa no está siendo rentable se debe analizarla de la siguiente manera, antes de tomar la decisión de cerrarla. Primero, verificar si el rubro del negocio tiene probabilidades de seguir en el mercado generando utilidades, si esto es afirmativo, se pasa a evaluar al encargo del negocio y analizarlo si está capacitado para poder dirigir dicho negocio. Esto permitirá, si un negocio debe cerrarse o simplemente debe cambiarse al encargado.

Por consiguiente, un análisis a la rentabilidad debe estar enfocado en la capacidad que tiene toda empresa, sin importar si ésta es pequeña o grande para generar utilidades, lo cual se verá reflejado en los resultados obtenidos en la operación de la empresa reportados en su Estado de Ganancias y pérdidas dependiendo el tiempo establecido por los directivos, midiendo así la relación que existe entre los resultados de operación y los recursos

disponibles de un negocio, es decir, básicamente se analiza la relación que existe entre el Estado de Ganancias y pérdidas y el Balance General en la empresas que tienen estos Estados y así se pueda evaluar que tan rentable es un negocio, (Apaza, 2011).

En esta investigación aceptamos rotundamente que la rentabilidad no es lo mismo que las utilidades de una empresa, pero que sí las utilidades sirven para calcular la rentabilidad. Asimismo, que las empresas que tienen los dos Estados Financieros básicos como el de Situación financiera y el de Resultados, se les puede determinar la rentabilidad empleando más indicadores que a las empresas que no los tienen como lo son las microempresas, pero que esto no es impedimento para calcular la rentabilidad de estas últimas, ya que sí se puede calcular la rentabilidad empleando el ratio de rentabilidad Utilidad sobre Ventas.

Dentro de la rentabilidad, cabe mencionar que se la puede obtener de acuerdo a la inversión que se realiza de dos maneras ya sea rentabilidad fija o rentabilidad variable.

Pues bien, cuando se habla de la rentabilidad fija se hace mención al momento en que se pacta al hacer la inversión como son los bonos, títulos de deuda, etc. Las inversiones realizadas y enfocadas a este tipo de rentabilidad aseguran al inversionista siempre una rentabilidad aunque no es elevada pero es constante y donde el riesgo no es elevado. En cambio, cuando se habla de la rentabilidad variable se hace mención a que es propia de las acciones, activos fijos y de todas las empresas en general, ya que estas no están exceptas de los peligros internos y externos que pueden hacer oscilar la rentabilidad de estas. Las inversiones enfocadas a este tipo de rentabilidad dependerá de la manera como se gestionen y del entorno, por lo que se puede generar ganancias altas así como pérdidas a los inversionistas, es por eso que los que invierten esperando una rentabilidad de este tipo son personas que les gusta el riesgo (Gerencie, 2010).

Partiendo de estos dos conceptos de rentabilidad fija y rentabilidad variable, es necesario mencionar que en el rubro de las microempresas del PPAO básicamente se podría decir que la rentabilidad que se obtiene y esperan sus dueños es una rentabilidad variable. Pues, si bien es cierto, estas microempresas no ofrecen acciones ni bonos para que los inversionistas externos las adquieran y decidan que rentabilidad desean, si lo hacen sus propios dueños. Es decir, sus dueños tienen que emplear toda su capacidad y herramientas disponibles para que su negocio sea lo más rentable posible, aunque en ocasiones sea baja y en otras sea alta.

Por otro lado, según la estructura financiera de la empresa, la rentabilidad se clasifica en dos niveles: rentabilidad económica, que se define como la capacidad de los activos para generar beneficios en un determinado tiempo, independientemente de cómo han sido financiados dichos activos y Rentabilidad financiera, es el rendimiento obtenido por recursos propios en un determinado tiempo (Apaza, 2006).

En el caso de las microempresas se adopta en parte el nivel de la rentabilidad financiera, porque todas estas no usan estados financieros y además no están obligadas a usarlos por su volumen de ventas que presentan. Es así que, los beneficios que obtienen esta microempresas básicamente lo hacen con activos propios, es decir, no financiados por terceros.

Por último, para calcular la rentabilidad de una empresa se utilizan diversos ratios ya sean de rentabilidad financiera y de rentabilidad económica, pero para el caso de esta investigación sólo se usará un ratio de rentabilidad financiera que es el de utilidad sobre ventas.

Aching (2005) menciona que, “Este ratio expresa la utilidad obtenida por la empresa, por cada UM de ventas. Lo obtenemos dividiendo la utilidad antes de intereses e impuestos por las ventas”:

$$UTILIDAD VENTAS = \frac{UTIL. ANTES DE IMP. E INTERESES}{VENTAS} .$$

El análisis de este ratio permite ver en porcentaje la rentabilidad que obtienen las empresas en cuanto a sus ventas que realizan en un determinado tiempo.

Por otra parte, es necesario conocer los factores que intervienen para obtener la rentabilidad. Porque para determinar los resultados que obtiene una empresa después de realizar sus operaciones en un determinado periodo y ver si obtuvo o no beneficios se tiene que realizar un minucioso análisis de cada uno de los factores que intervienen directamente para obtener dichos resultados como lo son, los ingresos, costos, gastos, pérdidas y/o ganancias. Estos factores se encuentran en el Estado de Resultados y se analizan en el mismo comparándolo con el Estado de Situación Financiera, pero si las empresas no tuvieran esos Estados Financieros porque no están obligados a tenerlos como las microempresas que en su mayoría no tienen, pero si se les puede calcular la rentabilidad enfocado en las ventas utilizando el ratio *utilidad sobre ventas*.

Así que, para tener claro los factores que intervendrán en el análisis de la rentabilidad de una empresa y los que la determinarán, tendremos que definirlos a cada uno.

Primero, los ingresos los que son definidos como indicadores que representan el incremento en los activos de una empresa producto de las ventas ya sean bienes y/o servicios a los clientes. Sin embargo, también

pueden ser producto de financiamientos y créditos por parte de los proveedores a la empresa (Stickney y et al, 2012).

En base a esa definición se puede afirmar que los ingresos se convierten en la principal fuente en generar resultados positivos en un determinado tiempo, los cuales tienen como finalidad generar incrementos en los activos o disminuciones de pasivos.

Segundo, el costo que según Horngreen, Foster y Datar (2002) lo definen como “el recurso que se sacrifica o se pierde para lograr un objetivo específico”.

Es así que las empresas para adquirir sus costos ya sea por los bienes y servicios que ofrece, por lo general van a tener que sacrificar unidades monetarias con el único objetivo de generar utilidades cuando se halla agregado un margen de ganancias y los clientes lo hayan comprado.

Para que el costo pueda ser calculado correctamente es necesario distinguirlos entre dos tipos:

Los costos directos que se relacionan con un objeto del costo en particular y se identifican con él, en otras palabras son los costos inherentes al bien o servicio que sin éstos no podrían ofrecerse a los clientes, por ejemplo el costo de las latas o botellas para ofrecer una bebida gaseosa (Horngreen, Foster y Datar, 2002).

Y los costos indirectos que se relacionan con el objeto del costo en particular, pero al venderse no se identifican con él, es decir son costos que no son inherentes al bien o servicio que se ofrece pero que son necesarios para la producción; por ejemplo el costo del personal de control de calidad en las bebidas gaseosas (Horngreen, Foster y Datar, 2002).

Tercero, los gastos que se definen como todos aquellos que disminuyen los activos de una empresa provenientes de sus actividades dirigidas hacia

la obtención de utilidades y dan como resultado flujos de efectivo negativos (Meigs y et al, 2001).

Cabe mencionar que a diferencia de los costos que se pueden apreciar directamente en el producto terminado, los gastos no, pero son necesarios para que la gente lo pueda conocer y comprar. Es decir, los gastos son pagos que se realizan para que el bien o servicio que se ofrece pueda venderse minimizando errores que se presenten en el trayecto de su elaboración y de alguna manera el producto se optimo, por ejemplo gastos de administración y gastos de ventas.

Y cuarto tenemos a las ganancias que son el resultado positivo de una operación en un determinado periodo y son visibles en el Estado de Ganancias y Pérdidas.

Así como hemos descrito los factores que determinan la rentabilidad, también describiremos algunos factores que influyen directamente para obtenerla, y así ver el motivo del porqué un negocio es o no rentable.

Primero, la intensidad de la inversión. Cuando se decide invertir en la vida, se está optando en dar algo a alguien con la finalidad de obtener algo mejor. Por ejemplo, se puede invertir de muchas formas en nuestra vida a diario como, nuestro tiempo en una relación para fortificar una amistad, nuestra inteligencia en un trabajo para obtener una mejor paga, haciendo deporte los fines de semana para cuidar nuestra salud y en el caso de negocios nuestro dinero para obtener ganancias (Martínez, 2009).

Pues bien, una vez que se decide invertir y se quiere obtener el buen resultado por lo cual se invirtió dependerá directamente del esfuerzo que se le dedique, ya sea esfuerzo mental o esfuerzo físico, mucho mejor si se emplea la sinergia de estos dos componentes, por ejemplo en el caso de una bodega en el sector del PPAO, haberla abierto por parte de su dueño es la inversión que hizo, esperar obtener un ganancia dependerá de la

intensidad que le dedique como por ejemplo abrir temprano, atender amablemente e inmediatamente a sus clientes, esto relacionado al esfuerzo físico. En el esfuerzo mental, básicamente para el dueño de esta bodega será cómo planear aumentar sus ventas aplicando estrategias por ejemplo, las promociones a emplear.

Segundo, la productividad. Para que todo negocio pueda aumentar su rentabilidad, tiene que aumentar su productividad, la cual es definida como la relación que se da entre la cantidad de bienes y servicios producidos por la cantidad de recursos o insumos utilizados, es decir se dice que alguien o algo es productivo si para producir emplea los recursos óptimos. Es decir, se puede hablar de productividad sólo cuando existe esa relación producto-insumo (Martínez, 2007).

Y como último factor que influye directamente para obtener la rentabilidad es La calidad que viene a ser un concepto subjetivo la cual está relacionada con las percepciones de cada persona para comparar un bien o servicio con otro de la misma especie, y decidir si dicho bien o servicio comparado es el que mejor cumple con sus expectativas y el adecuado para cubrir sus necesidades. Es así que la calidad se entiende como la satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente (Tarí, 2000).

Por otro lado, se puede decir que la calidad es algo que va implícito en los genes de la humanidad, por lo que se puede decir que es la capacidad que tiene el ser humano para hacer las cosas de la mejor manera (Alcalde, 2010).

1.4. Formulación del problema

¿Cuál es la rentabilidad promedio de las microempresas, en el PPAO del distrito de nuevo Chimbote 2018?

1.5. Justificación del estudio

La micro y pequeña empresa (MYPE) actualmente cumple un rol importante en el crecimiento económico y desarrollo de nuestro país, por ser la mayor fuente generadora de empleo para las personas en nuestra sociedad, donde la falta de empleo es uno de los problemas frecuentes; partiendo de esta premisa nace la idea de investigar a las microempresas creyendo certeramente que esta investigación es de vital importancia porque se justifica mediante tres criterios.

El primer criterio que justifica esta investigación es la conveniencia porque les sirve a los microempresarios del sector investigado a darse cuenta de cuál es la rentabilidad que obtienen de su negocio. El segundo criterio que avala esta investigación y el más importante es la relevancia social porque beneficiará directamente a los microempresarios y consumidores de ese sector a tener una mejor calidad de vida, es decir, si el microempresario conoce su rentabilidad optará siempre en querer mantenerla o aumentarla y para ello, tendrá que aplicar las herramientas de administración y finanzas, y dentro de estas herramientas está la de atender de manera óptima al cliente, es decir, cuidará a su cliente; entonces se podría decir cliente satisfecho, microempresario contento. El tercer criterio que justifica esta investigación es la utilidad metodológica porque será un soporte para cualquier investigador que quiera obtener información acerca de la variable de investigación a través de las teorías empleadas. Además, esta investigación estimulará a que se continúen realizando investigaciones de este tipo y de esta población.

1.6. Hipótesis

Si bien es cierto que no todas las investigaciones de tipo descriptivo llevan hipótesis, si llevan las que pronostican un hecho o un dato como es el caso de esta investigación que tendrá como resultado un dato (Hernández, Fernández y Batista, 2014).

Es por eso que se plantean las siguientes hipótesis, una hipótesis de investigación y una hipótesis nula:

H_i= La rentabilidad promedio mensual sobre ventas por cada sector de las microempresas del PPAO-Nuevo Chimbote es superior al 10%.

H_o= La rentabilidad promedio mensual sobre ventas por cada sector de las microempresas del PPAO-Nuevo Chimbote no es superior al 10%.

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo General.

Determinar la rentabilidad promedio de las microempresas en el sector del PPAO-Nuevo Chimbote.

1.7.2. Objetivos específicos.

- O₁. Identificar los ingresos por ventas mensuales de las Microempresas del PPAO-Nuevo Chimbote con el fin de determinar su rentabilidad.
- O₂. Obtener los gastos y costos de las microempresas del PPAO-Nuevo Chimbote con el fin de determinar sus utilidades mensuales.
- O₃. Calcular la rentabilidad sobre ventas de las microempresas por cada tipo de negocio, del PPAO-Nuevo Chimbote.

II. MÉTODO

2.1. Diseño de Investigación

Esta investigación es de alcance descriptivo, orientada al enfoque cuantitativo y como diseño de investigación es no experimental-transversal. Hernández, Fernández y Batista (2014), aducen que “son estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos y los datos se recopilan en un momento único” (p. 184 - 186).

Es por ello que esta investigación se basará en el diseño NO EXPERIMENTAL-TRANSVERSAL, puesto que no se manipulará la variable en estudio y la recolección de datos se obtendrá en un único tiempo.



Dónde:

M = Muestra conformada por las microempresas encuestadas.

OX = Rentabilidad de las microempresas.

2.2. Identificación de variables

Esta investigación tiene sólo una variable de estudio:

Rentabilidad de las microempresas, la cual está orientada al enfoque cuantitativo.

2.3. Variables, operacionalización

Cuadro N° 1

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Indicadores	Escala de medición
Rentabilidad de las microempresas.	Es la capacidad que tiene toda empresa para generar utilidades en un determinado tiempo, midiendo así la eficiencia de sus directivos (Apaza, 2006).	Proceso que permite medir la capacidad de una empresa para generar beneficios y dicha medición se consigue a través del análisis de sus ingresos, egresos, costos, gastos y ganancias que la empresa tiene.	Ingresos por ventas	Razón
			Costos	
			Gastos	
			Utilidad neta	

Fuente: Elaboración propia

2.4. Población

La población estuvo constituida por 67 microempresarios del PPAO-Nuevo Chimbote en el año 2018. No se realizó una muestra porque se tomó en cuenta a la mayoría de las microempresas más notorias de esta localidad. Los encuestados son dueños de los siguientes negocios:

Bodegas:	39
Restaurantes:	9
Librerías:	7
Internet:	5
Salones de Belleza:	3
Juguerías:	2
Panadería:	2

2.4.1. Unidad de análisis.

Microempresarios del PPAO- Nuevo Chimbote.

2.4.2. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.

La técnica e instrumento que se empleó para la recolección de datos en esta investigación son los siguientes:

2.4.3. Técnicas

Como única técnica que se empleó fue la siguiente:

Encuesta

Es una técnica que permitió obtener información de la variable en estudio de esta investigación a través del cuestionario.

2.4.4. Instrumentos

Como principal y único instrumento que se utilizó es el siguiente:

2.4.4.1. Cuestionario

Es el instrumento más utilizado para la recolección de datos en investigaciones, el cual consiste en la elaboración de un conjunto de preguntas enfocadas a los resultados que se quiere obtener ya sea de una a más variables que se desea medir y puede aplicarse no necesariamente estando presente el investigador (Hernández, Fernández y Batista, 2014).

Partiendo de la premisa de que la técnica de encuesta con su instrumento el cuestionario es la más usada para investigaciones cuantitativas es que se le ha elegido también para esta investigación que también está en el enfoque cuantitativo.

Es así que después de tener elegida la técnica que se tendrá en cuenta en esta investigación, y elaborado el instrumento de medición que ese aplicará para la recolección de datos, este instrumento debe tener las dos características que todo instrumento de medición tiene: Validez y Confiabilidad. Las cuales le darán precisión y seguridad al instrumento (Valderrama y León, 2009).

Para ello, se tiene que conocer la definición de esas dos características del instrumento a utilizar.

2.4.5. Validez

La validez de un instrumento básicamente se aprueba si este realmente mide la variable o variables que se quiere medir, es decir, que el contenido del instrumento debe estar enfocado precisamente en la variable o variables que se están estudiando y los tergiversar por otras (Hernández, Fernández y Batista, 2010).

Existen tres tipos de validez enfocadas al contenido, constructo y al criterio, pero para esta investigación se tomará en cuenta la validez enfocada al contenido ya que este tipo de validez determina si existe relación entre las preguntas y los elementos de los indicadores (Valderrama y León, 2009).

Para ello, se tiene que tomar en cuenta el juicio de los expertos ya que estos son los capacitados para poder decir si aquél instrumento que se usará está bien elaborado o si se tiene que corregir algunas partes de dicho instrumento.

Por eso, en esta investigación el instrumento que se usó para medir la variable en estudio ha sido revisado por tres expertos en el tema para que cada uno de ellos en base a su conocimiento y experiencia apruebe que las preguntas que se usaron tengan coherencia con los objetivos e indicadores de la investigación.

2.4.6. Confiabilidad

La confiabilidad en un instrumento de medición se refiere a la confianza que se tiene a los datos obtenidos al aplicarse dicho instrumento, es decir que al aplicarse el mismo instrumento de medición más de una vez a un individuo u objeto se obtendrá los mismos resultados (Hernández, Fernández y Batista, 2010).

Existen muchos métodos para calcular la confiabilidad de un instrumento, y todos básicamente piden que se haga una prueba piloto de la muestra que se ha obtenido de la población a investigar, basados en esa premisa es que en este proyecto también se realizó una prueba piloto pero en este caso de la población total porque no hay muestra y se aplicó de todos los métodos que existen, el método Coeficiente Alfa de Cronbach para determinar la confiabilidad porque las alternativas de respuestas que tiene el instrumento que aplicará son policotómicas.

Coeficiente Alfa de Cronbach. Método que consiste en comprobar si el instrumento a utilizar en la investigación es el adecuado para recolectar información fiable y de esa manera nos permita obtener conclusiones consistentes. Este método se podría decir que es un índice que toma dos valores extremos que son el 0 y el 1, y se entiende que mientras el índice más se acerca al valor extremo que es el 1 mayor será la fiabilidad, pero en esta investigación se tomará al valor 0.8 como fiabilidad aceptable (Pérez, 2014).

Para el cálculo de este método se adapta la siguiente fórmula, Valderrama y León, (2009):

$$\alpha = \left(\frac{K}{K-1} \right) \left(\frac{\sum_{i=1}^K S_i^2}{S_t^2} \right)$$

Dónde:

S_i^2 = la suma de variaciones de cada ítem.

S_t^2 = la varianza del total de filas (puntaje total de los jueces).

K = el número de preguntas o ítems.

2.5. Métodos de análisis de datos.

En vista que en la actualidad ya no se analiza los datos manualmente si no que se usan programas para hacerlo, es que también en esta investigación para el procesamiento de datos se usaron los programas de Excel y SPSS.

Asimismo, se empleó como método de análisis el siguiente:

2.5.1.1. La estadística descriptiva.

La estadística descriptiva se la define como la encargada de registrar, ordenar y describir los datos en tablas, para luego representarlos en gráficos.

Este método en esta investigación permitió registrar, ordenar y describir los datos y valores de la variable en estudio, aplicando las herramientas que este método posee como:

2.5.1.2. Medidas de centralización.

Son puntos que se sitúan en el centro de la distribución obtenida y que nos indican específicamente los valores más representativos de los datos.

Dentro de las medidas de centralización, las principales son tres: moda, mediana y media.

Moda

Viene a ser el valor que más se repite en una distribución y se puede utilizar con cualquier nivel de medición.

Mediana

Viene a ser el valor que separa la distribución en dos partes. Esto es, una parte de los valores registrados cae por debajo de la mediana y la otra parte se ubica por encima de ésta. En otras palabras, la mediana representa la posición intermedia de toda la distribución (Hernández, Fernández y Batista, 2010).

Para su cálculo se aplica la siguiente fórmula:

$$\frac{N + 1}{2}$$

Donde.

N= cantidad de valores.

Cabe mencionar que la mediana se usa sólo en niveles de medición ordinal, por intervalos y razón.

Media

Alegre y Cladera (2002). “Esta es la medida de centralización que más se utiliza y viene a ser simplemente el promedio aritmético de una distribución que se obtiene al sumar todos los valores de la distribución dividida entre el número total de valores”.

Para su cálculo se aplica la siguiente fórmula:

$$\bar{\alpha} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n a_i = \frac{a_1 + a_2 + \dots + a_n}{n}$$

2.6. Aspectos éticos

El presente proyecto de investigación se consolida sobre valores morales de la veracidad y honestidad, porque toda la información plasmada ha sido redactada respetando las normas establecidas a nivel internacional, demostrando transparencia en las ideas que se han creado como autoría propia. Asimismo, los resultados que se obtuvieron para la elaboración del proyecto por parte de la población encuestada se basaron por los mismos valores, en honor a la personalidad del autor y la de su centro de estudios, en beneficio de la sociedad.

III. RESULTADOS

3.1. Resultados

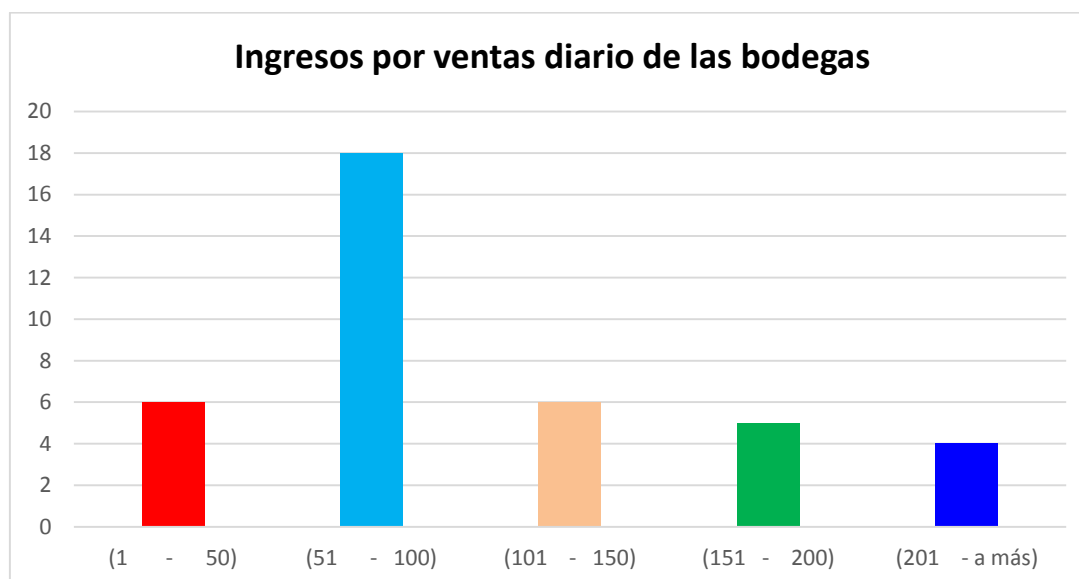
3.1.1. **Objetivo N° 1:** Identificar los ingresos por ventas mensuales de las Microempresas del PPAO-Nuevo Chimbote con el fin de determinar su rentabilidad.

TABLA N°1. : Ingresos por ventas mensuales de las Bodegas del PPAO-Nuevo Chimbote, 2018.

Li - Ls	fi	Fi	hi	Hi	X_i	$fi * X_i$	DIARIO	MENSUAL
(1 - 50)	6	6	15%	0,15	25,5	153	101,19	3035,77
(51 - 100)	18	24	46%	0,61	75,5	1359		
(101 - 150)	6	30	15%	0,77	125,5	753		
(151 - 200)	5	35	13%	0,89	175,5	877,5		
(201 - a más)	4	39	10%	1,00	201	804		
TOTAL	39		100%			3946,5		

Fuente: Encuesta aplicada a las microempresas del PPAO-Nuevo Chimbote.

Figura N° 1.



Fuente: Tabla N°1

Interpretación:

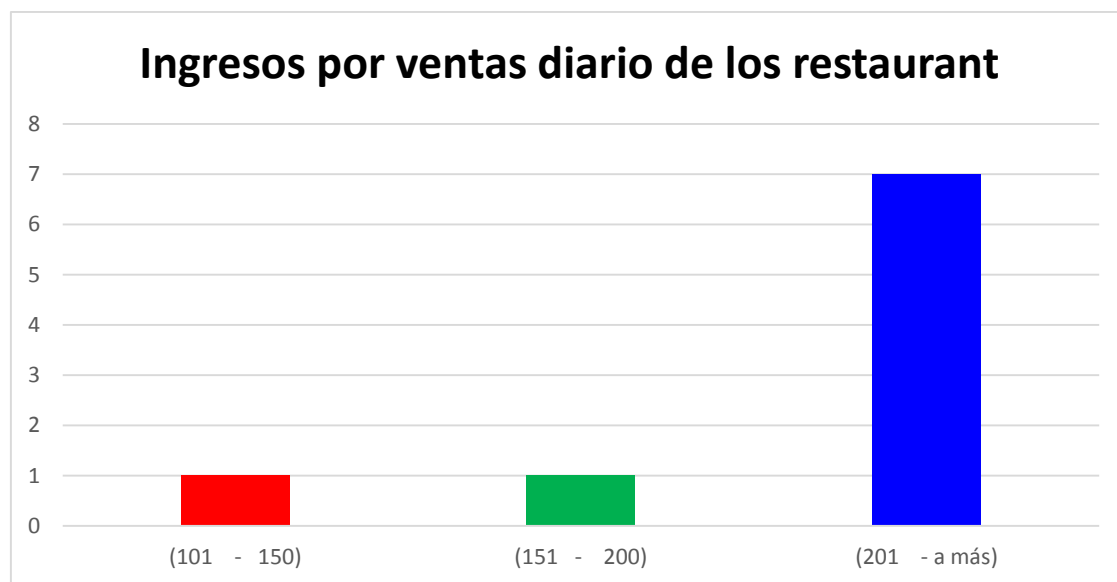
En esta tabla y el gráfico se observa que, el 15% de las bodegas encuestadas tienen ingresos por ventas diario entre S/1 y S/ 50; el 46% entre S/ 51 y 100; otro 15% entre S/ 101 y S/ 150, el 13% entre S/ 151 y S/ 200 y sólo el 10% manifiesta tener ventas entre S/ 201 a más.

TABLA N°2. : Ingresos por ventas mensuales de los Restaurantes del PPAO-Nuevo Chimbote, 2018.

Li - Ls	fi	Fi	hi	Hi	X_i	$fi * X_i$	DIARIO	MENSUAL
(1 - 50)	0	0	0%	0,00	25,5	0	189,78	5.693,33
(51 - 100)	0	0	0%	0,00	75,5	0		
(101 - 150)	1	1	11%	0,11	125,5	125,5		
(151 - 200)	1	2	11%	0,22	175,5	175,5		
(201 - a más)	7	9	78%	1,00	201	1407		
TOTAL	9		100%			1708		

Fuente: Encuesta aplicada a las microempresas del PPAO-Nuevo Chimbote.

Figura N° 2.



Fuente: Tabla N°2

Interpretación:

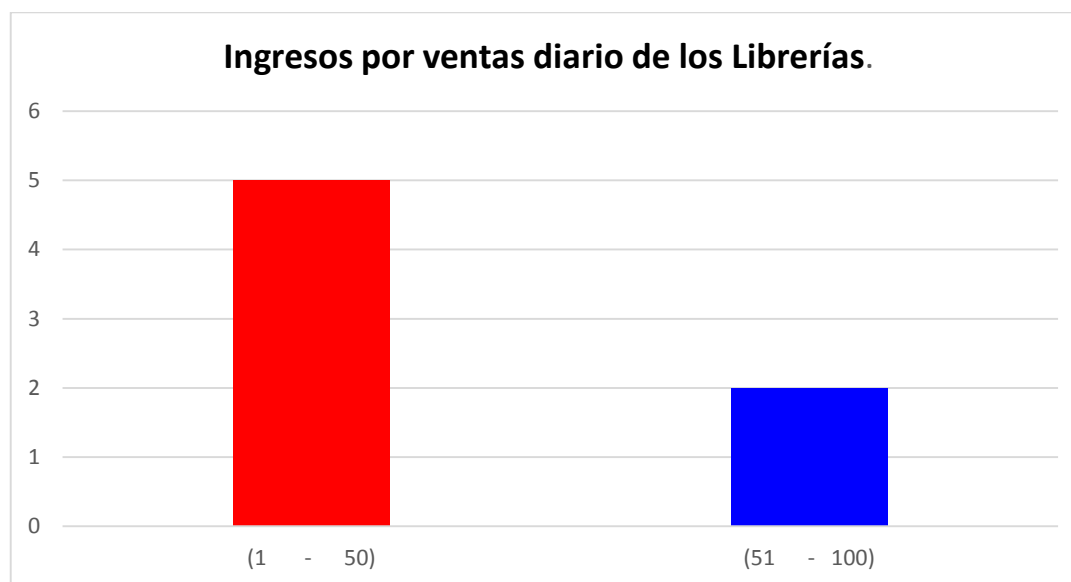
En esta tabla y este gráfico se observa que en los restaurant del PPAO, un 11% tiene ingresos por ventas diario entre S/ 101 y S/ 150; otro 11% vende entre S/ 151 y S/ 200 y; el 78% manifiesta vender entre S/ 201 a más.

TABLA N°3. : Ingresos por ventas mensuales de las librerías del PPAO- Nuevo Chimbote, 2018.

Li - Ls	fi	Fi	hi	Hi	X_i	$fi * X_i$	DIARIO	MENSUAL
(1 - 50)	5	5	71%	0,71	25,5	127,5	39,79	1193,57
(51 - 100)	2	7	29%	1,00	75,5	151		
(101 - 150)	0	7	0%	1,00	125,5	0		
(151 - 200)	0	7	0%	1,00	175,5	0		
(201 - a más)	0	7	0%	1,00	201	0		
TOTAL	7		100%			278,5		

Fuente: Encuesta aplicada a las microempresas del PPAO-Nuevo Chimbote.

Figura N° 3.



Fuente: Tabla N°3

Interpretación:

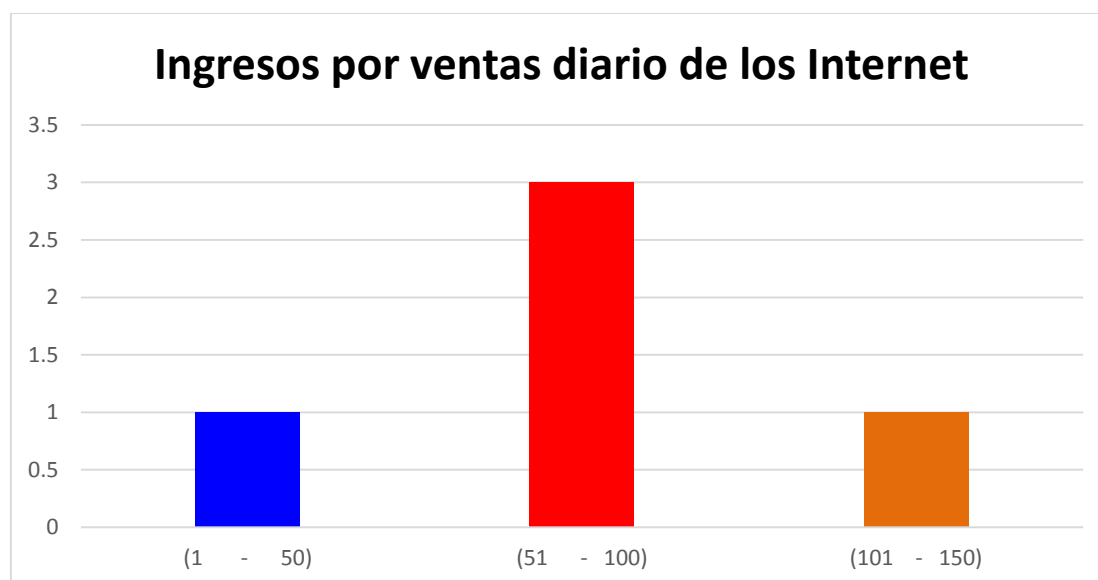
En esta tabla y este gráfico se observa que, el 71% de las librerías encuestadas tienen ingresos por ventas diario entre S/1 y S/ 50; y sólo el 29% entre S/ 51 y 100.

TABLA N°4. : Ingresos por ventas mensuales de los internet del PPAO-Nuevo Chimbote, 2018.

Li - Ls	fi	Fi	hi	Hi	X_i	$fi * X_i$	DIARIO	MENSUAL
(1 - 50)	1	1	20%	0,20	25,5	25,5	75,50	2265,00
(51 - 100)	3	4	60%	0,80	75,5	226,5		
(101 - 150)	1	5	20%	1,00	125,5	125,5		
(151 - 200)	0	5	0%	1,00	175,5	0		
(201 - a más)	0	5	0%	1,00	201	0		
TOTAL	5		100%			377,5		

Fuente: Encuesta aplicada a las microempresas del PPAO-Nuevo Chimbote.

Figura N° 4.



Fuente: Tabla N°4

Interpretación:

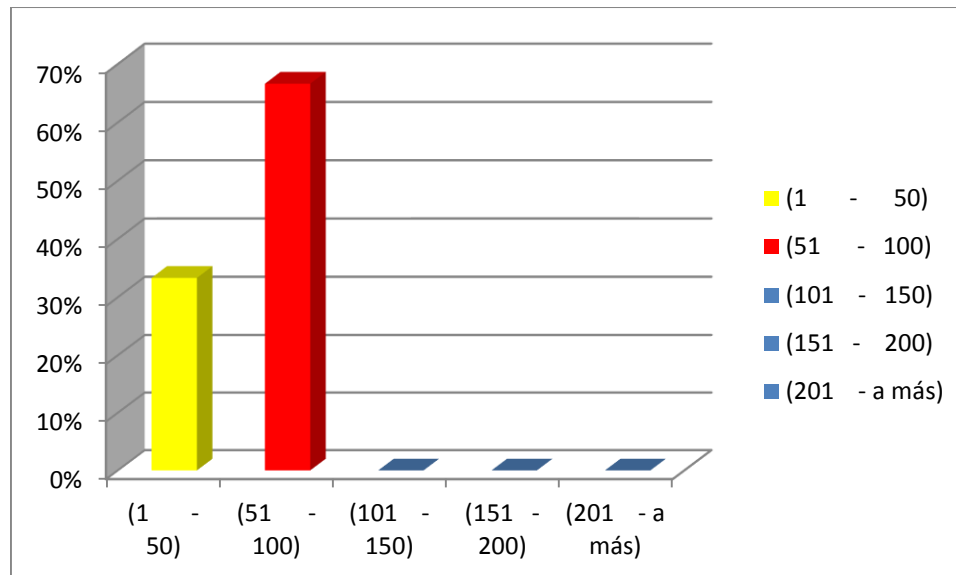
En esta tabla y este gráfico se observa que, el 20% de los internet encuestados tienen ingresos por ventas diario entre S/1 y S/ 50; el 60% entre S/ 51 y 100 y; otro 20% entre S/ 101 y S/ 150.

TABLA N°5. : Ingresos por ventas mensuales de los Salones de Belleza del PPAO-Nuevo Chimbote, 2018.

Li - Ls	fi	Fi	hi	Hi	X_i	$f_i * X_i$	DIARIO	MENSUAL
(1 - 50)	1	1	33%	0,33	25,5	25,5	58,83	1765,00
(51 - 100)	2	3	67%	1,00	75,5	151		
(101 - 150)	0	3	0%	1,00	125,5	0		
(151 - 200)	0	3	0%	1,00	175,5	0		
(201 - a más)	0	3	0%	1,00	201	0		
TOTAL	3	6	1,00			176,5		

Fuente: Encuesta aplicada a las microempresas del PPAO-Nuevo Chimbote.

Figura N° 5: Ingresos por ventas diario de los Salones de Belleza



Fuente: Tabla N°5

Interpretación:

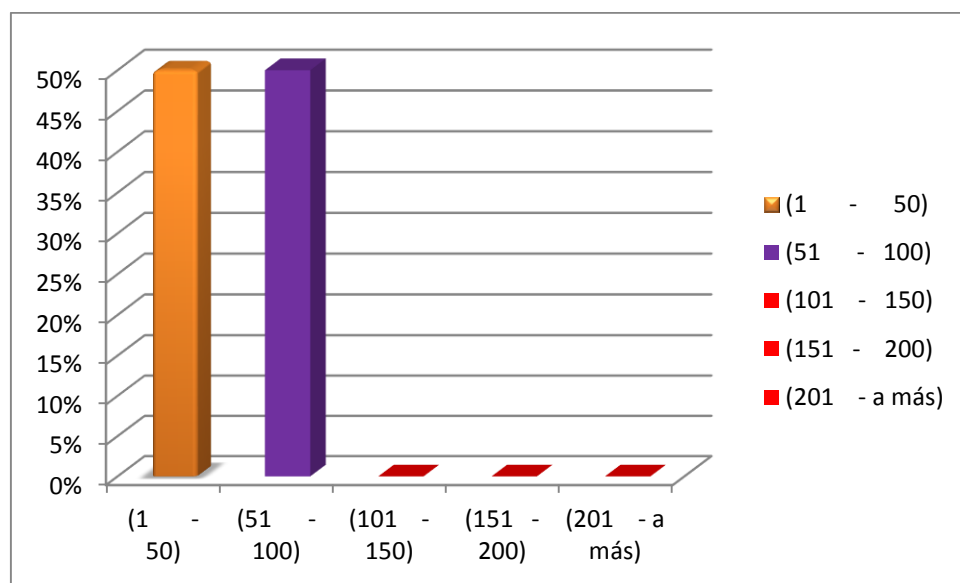
En esta tabla y este gráfico se observa que, el 33% de los Salones de Belleza encuestados tienen ingresos por ventas diario entre S/1 y S/ 50 y; el 67% manifiesta tener ingresos entre S/ 51 y S/ 100.

TABLA N°6. : Ingresos por ventas mensuales de las juguerías del PPAO-Nuevo Chimbote, 2018.

Li - Ls	fi	Fi	hi	Hi	X_i	$fi * X_i$	DIARIO	MENSUAL
(1 - 50)	1	1	50%	0,50	25,5	25,5	50,50	1515,00
(51 - 100)	1	2	50%	1,00	75,5	75,5		
(101 - 150)	0	2	0%	1,00	125,5	0		
(151 - 200)	0	2	0%	1,00	175,5	0		
(201 - a más)		2	0%	1,00	201	0		
TOTAL	2		100%			101		

Fuente: Encuesta aplicada a las microempresas del PPAO-Nuevo Chimbote.

Figura N°6: Ingresos por ventas diario de las juguerías



Fuente: Tabla N°6

Interpretación:

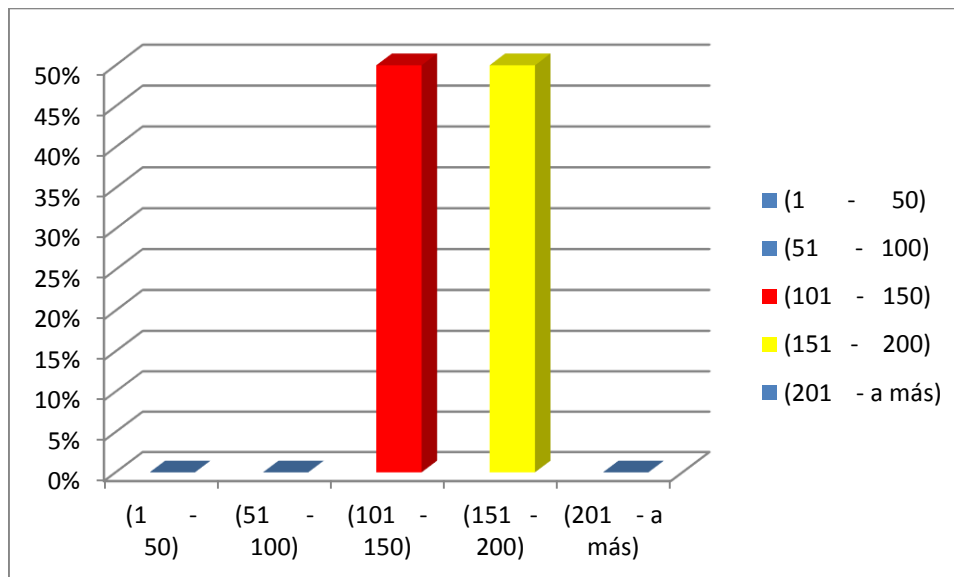
En esta tabla y este gráfico se observa que, el 50% de las juguerías encuestados tienen ingresos por ventas diario entre S/1 y S/ 50 y; otro 50% manifiesta tener ingresos entre S/ 51 y S/ 100.

TABLA N°7. : Ingresos por ventas mensuales de las Panaderías del PPAO- Nuevo Chimbote, 2018.

Li - Ls	fi	Fi	hi	Hi	X_i	$fi * X_i$	DIARIO	MENSUAL
(1 - 50)	0	0	0%	0,00	25,5	0	150,50	4515,00
(51 - 100)	0	0	0%	0,00	75,5	0		
(101 - 150)	1	1	50%	0,50	125,5	125,5		
(151 - 200)	1	2	50%	1,00	175,5	175,5		
(201 - a más)	0	2	0%	1,00	201	0		
TOTAL	2		1,00			301		

Fuente: Encuesta aplicada a las microempresas del PPAO-Nuevo Chimbote.

Figura N°7: Ingresos por ventas diario de las panaderías.



Fuente: Tabla N°7

Interpretación:

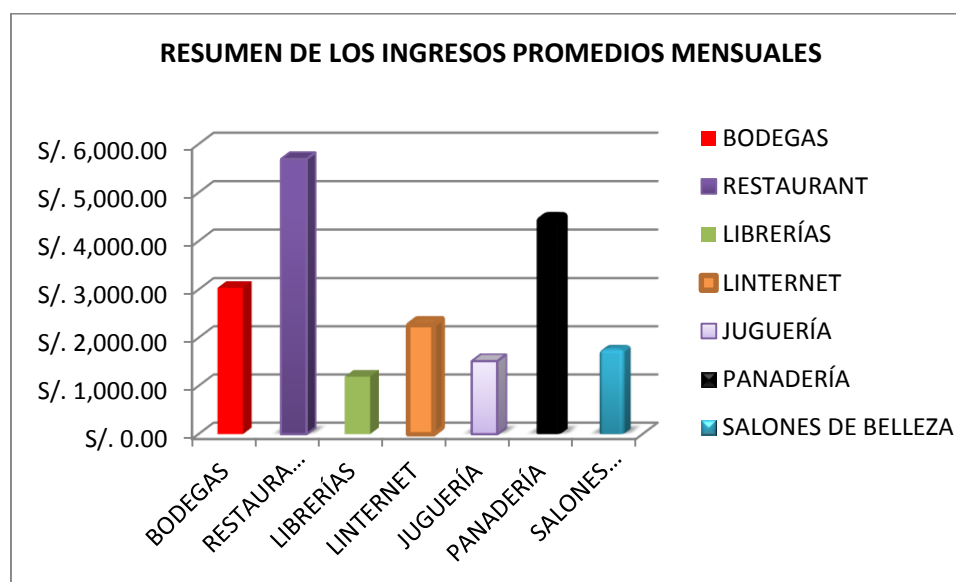
En esta tabla y este gráfico se observa que, el 50% de las panaderías encuestados tienen ingresos por ventas diario entre S/101 y S/ 150 y; otro 50% manifiesta tener ingresos entre S/ 151 y S/ 200.

TABLA N°8. : Resumen de los Ingresos promedios de las ventas mensuales de las microempresas del PPAO-Nuevo Chimbote, 2018.

PROMEDIO DE LOS INGRESOS POR VENTAS DE CADA TIPO DE NEGOCIO		
TIPO DE NEGOCIO	INGRESOS DIARIOS	INGRESOS MENSUALES
BODEGAS	S/. 101,19	S/. 3.035,77
RESTAURANT	S/. 189,78	S/. 5.693,33
LIBRERÍAS	S/. 39,79	S/. 1.193,57
LINTERNET	S/. 75,50	S/. 2.265,00
JUGUERÍA	S/. 50,50	S/. 1.515,00
PANADERÍA	S/. 150,50	S/. 4.515,00
SALONES DE BELLEZA	S/. 58,83	S/. 1.765,00
TOTAL	S/. 666,09	S/. 19.982,67

Fuente: Encuesta aplicada a las microempresas del PPAO-Nuevo Chimbote.

Figura N°8



Fuente: Tablas desde el N°1 al N°8

Interpretación:

En la tabla N° 8 y figura N° 8, Se puede observar que el tipo de negocio que más ingresos tiene en el sector del PPAO es el de los restaurant con un ingreso mensual de S/. 5693.33 y el tipo de negocio que menos ingresos es el de las librerías con S/. 1193.57 mensual.

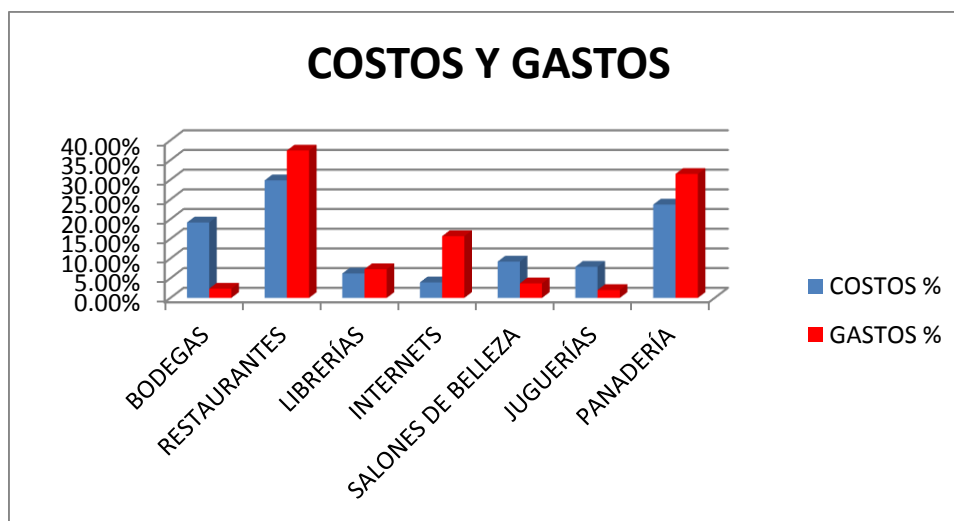
- 3.1.2. **Objetivo N° 2:** Obtener los gastos y costos de las microempresas del PPAO-Nuevo Chimbote con el fin de determinar sus utilidades mensuales.

TABLA N°9. : Gastos y Costos promedios de las ventas mensuales de las microempresas del PPAO-Nuevo Chimbote, 2018.

COSTOS Y GASTOS PROMEDIOS MENSUALES DE LAS MICROEMPRESAS				
	COSTOS	COSTOS %	GASTOS	GASTOS %
BODEGAS	1817,31	19,15%	88,83	2,36%
RESTAURANTES	2833,33	29,86%	1410,83	37,44%
LIBRERÍAS	589,29	6,21%	275,29	7,31%
INTERNETS	375,00	3,95%	591,70	15,70%
SALONES DE BELLEZA	875,00	9,22%	139,33	3,70%
JUGUERÍAS	750,00	7,90%	76,00	2,02%
PANADERÍA	2250,00	23,71%	1186,50	31,48%
TOTAL	9489,93	100%	3768,48	100%
PROMEDIO GENERAL	1355,70		538,35	

Fuente: Encuesta aplicada a las microempresas del PPAO-Nuevo Chimbote.

Figura N°9



Fuente: Tabla N° 9

Interpretación:

En la tabla N° 9 y gráfico N° 9, se puede observar que los costos y gastos de estas microempresas en promedio mensual son: Bodegas S/. 1817,31 y S/. 88.83; restaurantes S/. 2833,33 y S/. 1410,83; librerías S/. 589.29 y S/. 275.29; internet S/. 375 y S/. 591.70; salones de belleza S/. 875 y S/. 139.33; Juguerías S/. 750 y S/ 76; y por último las panaderías S/. 2250 y S/. 1186.50.

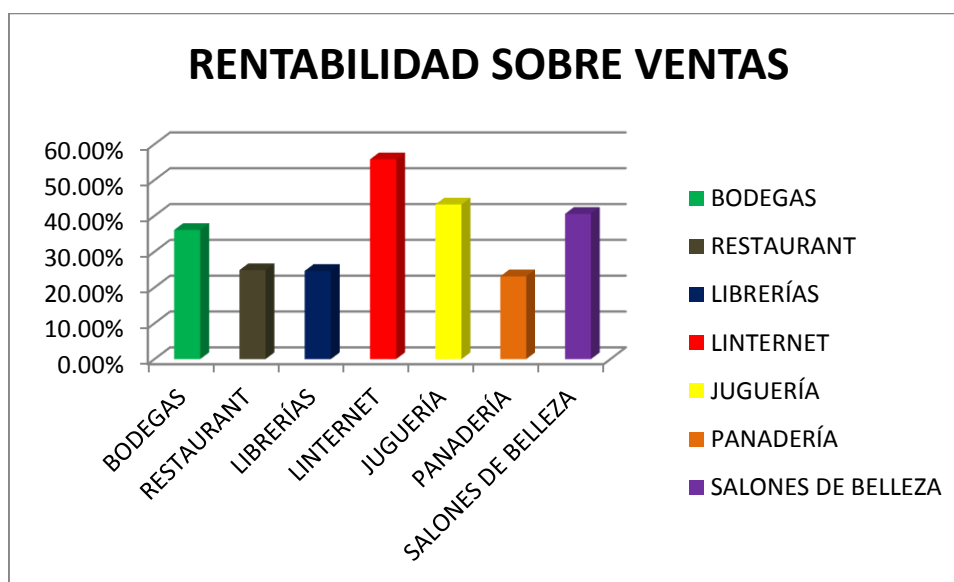
3.1.3. **Objetivo N° 3:** Calcular la rentabilidad sobre ventas por cada tipo de negocio de las microempresas, del PPAO-Nuevo Chimbote.

TABLA N°10. : Rentabilidad promedio de las microempresas del PPAO-Nuevo Chimbote, 2018.

	INGRESOS	COSTOS	GASTOS	IMPUESTOS	UTILIDAD NETA	U.N. SOBRE VENTAS
BODEGAS	S/. 3.035,77	S/. 1.817,31	S/. 88,83	S/. 35,00	S/. 1.094,63	36,06%
RESTAURANTES	S/. 5.693,33	S/. 2.833,33	S/. 1.410,83	S/. 35,00	S/. 1.414,17	24,84%
LIBRERÍAS	S/. 1.193,57	S/. 589,29	S/. 275,29	S/. 35,00	S/. 293,99	24,63%
INTERNETS	S/. 2.265,00	S/. 375,00	S/. 591,70	S/. 35,00	S/. 1.263,30	55,77%
SALONES DE BELLEZA	S/. 1.765,00	S/. 875,00	S/. 139,33	S/. 35,00	S/. 715,67	40,55%
JUGUERÍAS	S/. 1.515,00	S/. 750,00	S/. 76,00	S/. 35,00	S/. 654,00	43,17%
PANADERÍA	S/. 4.515,00	S/. 2.250,00	S/. 1.186,50	S/. 35,00	S/. 1.043,50	23,11%
RENTABILIDAD PROMEDIO						35,45%

Fuente: Encuesta aplicada a las microempresas del PPAO-Nuevo Chimbote.

Figura N°10



Fuente: Tabla N° 10

Interpretación:

En la tabla N° 10 y Gráfico N°10, se puede observar que la rentabilidad de las bodegas en cuanto a sus ventas y utilidad neta equivale a un 36.06%, lo que indica que estas por cada S/.1 invertido obtienen S/. 0.40 de ganancia neta en promedio; los restaurantes tienen una rentabilidad de 24.84%, lo cual indica que estos por cada S/. 1 invertido obtienen S/. 0.30 de ganancia neta en promedio; las librerías tienen una rentabilidad de 24.63%, por lo que se deduce que estas por cada S/. 1 que invierten obtienen S/. 0.30 de ganancia neta en promedio; los internet tienen una rentabilidad de 55.77%, lo que quiere decir que estos por cada S/. 1 que invierten obtiene S/. 0.60 de ganancia neta en promedio; las jugueterías tienen una rentabilidad de 43.17%, lo cual indica que estas por cada S/. 1 que invierten obtienen S/. 0.40 de ganancia neta en promedio; las panaderías tiene una rentabilidad de 23.11%, lo cual nos dice que estas por cada S/. 1 que invierten obtienen S/. 0.20 de ganancia neta en promedio y; por último los salones de belleza tienen una rentabilidad de 40.5%, lo cual nos dice que estos por cada S/. 1 que invierten obtienen S/. 0.40 de ganancia neta en promedio.

3.2. Contrastación de Hipótesis

Paso 1: Hipótesis Formuladas.

H_i= La rentabilidad promedio mensual sobre ventas por cada sector de las microempresas del PPAO-Nuevo Chimbote es superior al 10%.

H₀= La rentabilidad promedio mensual sobre ventas por cada sector de las microempresas del PPAO-Nuevo Chimbote no es superior al 10%.

Paso 2: Selección de la prueba estadística.

Se empleó la “t de Student”, ya que se tomó como n= las 7 rentabilidades promedios de los tipos de negocios encuestados.

Paso 3: Selección del nivel de significancia.

Se seleccionó un Alfa= 0.05.

Paso 4: Determinación del valor observado de estadística de prueba.

En este paso se toma como valor observado: $H_0 < 10\%$

- Desviación Estándar

TABLA Nº11. : Desviación Estándar.

x_i	$\bar{\alpha}$	$x_i - \bar{\alpha}$	$(x_i - \bar{\alpha})^2$	$(x_i - \bar{\alpha})^2/n-1$	$\sqrt{(x_i - \bar{\alpha})^2/n-1}$
0,361	0,354	0,007	4,36964E-05	7,28273E-06	0,121
0,248		-0,106	0,011153333	0,001858889	
0,246		-0,108	0,011595012	0,001932502	
0,558		0,204	0,041513388	0,006918898	
0,432		0,078	0,006034675	0,001005779	
0,231		-0,123	0,015099865	0,002516644	
0,405		0,051	0,002650062	0,000441677	
0,354		0,003	0,088	0,015	

Fuente: Tabla Nº 10

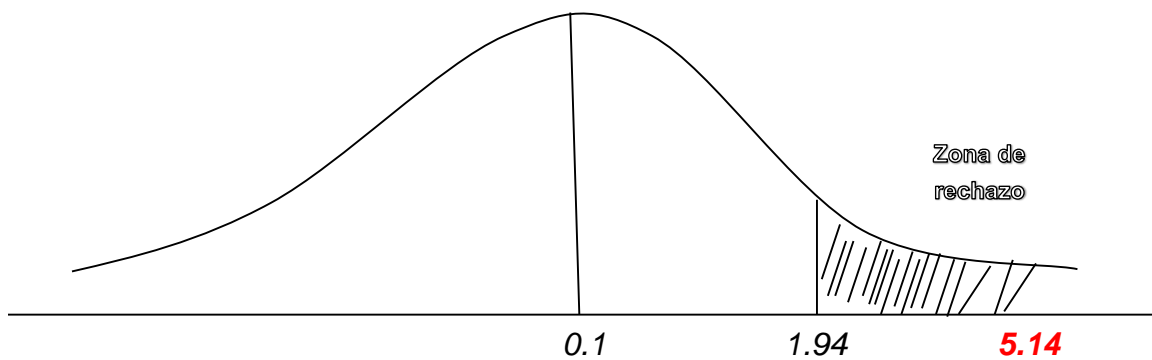
Paso 5: Encontramos el valor crítico.

- Promedio: 0.354
- Muestra: 7
- Grados de libertad: 7-1= 6
- Tabla de "T de student"= 1.94

Empleamos la fórmula:

$$T = \frac{x-u}{\frac{s}{\sqrt{n}}} \quad \Rightarrow \quad T = 5,14$$

Figura Nº 11: Probando Hipótesis



Fuente: Tabla Nº 11.

TABLA Nº12. : Contraste de Hipótesis

HIPÓTESIS PLANTEADAS.	CONTRASTE DE HIPÓTESIS
H_i= La rentabilidad promedio mensual sobre ventas por cada sector de las microempresas del PPAO-Nuevo Chimbote es superior al 10%. H_i > 10%	SE ACEPTA, porque se rechaza la H ₀
H₀= La rentabilidad promedio mensual sobre ventas por cada sector de las microempresas del PPAO-Nuevo Chimbote no es superior al 10%. H₀ < 10%	SE RECHAZA, porque el valor crítico encontrado es superior al 10%.

Fuente: Gráfico Nº 11.

Paso 6: Interpretación del Resultado.

En este gráfico se puede observar que el valor crítico encontrado utilizando la fórmula de T de Student se ubica en la zona de rechazo por lo que se deduce que la Hipótesis nula es rechazada, quedando así, la hipótesis de investigación como aceptada, la cual es que *La rentabilidad promedio mensual sobre ventas por cada sector de las microempresas del PPAO-Nuevo Chimbote es superior al 10%.*

IV. DISCUSIÓN

Las microempresas necesitan mayores investigaciones de las que ya existen, pues son éstas las bases del crecimiento de un país, nuestro país. Es así que, si no se les ayuda a mejorar a estos microempresarios con investigaciones para sus negocios, se seguirán viendo las mismas características que ahora poseen en las siguientes décadas y, la calidad de los productos que se obtengan de éstas será la misma que nos ofrecen hoy. Por ello, la necesidad de investigar este rubro de empresas debe ser considerada importante para aquellos profesionales de las facultades de ciencias empresariales y de manera constante, mostrando así el compromiso con la sociedad.

Es por ello, que esta investigación se ha enfocado exclusivamente en el rubro de las microempresas en el sector del PPAO, especialmente en dar a conocer a los dueños de éstas la rentabilidad que obtienen al mes ya que éstos saben en gran medida que ganan, pero en menor medida saben sin sus negocios son rentables, y desconocen cuánto es esa ganancia neta y la rentabilidad sobre ingresos que tienen. Cabe mencionar, que los dueños de la microempresas estudiadas casi en su totalidad poseen como estudio máximo el nivel secundario, por lo que manejan su negocio más de manera empírica que técnica.

Es así que al realizar este estudio se les informó a los (las) dueños (as) de estos negocios que la finalidad de la investigación es darles a conocer la rentabilidad que obtienen de su negocio mediante el llenado del cuestionario entregado.

Los resultados obtenidos en esta investigación tienen como fin analizar cuánto equivale la rentabilidad promedio sobre ventas por cada tipo de negocio que existe el sector del PPAO y, así informarles a los dueños de estos negocios la rentabilidad que obtienen de sus negocios al mes.

En este capítulo se analizan y discuten los resultados que se han obtenido en la recolección de datos, teniendo en cuenta las teorías científicas existentes en este tema para enriquecer esta investigación.

Rengifo (2011) en su tesis titulada “El crédito y la rentabilidad de las microempresas comerciales del distrito de Tarapoto”, empleando el tipo de investigación no

experimental – transversal, con una muestra de 118 de microempresas sólo comerciales concluye lo siguiente:

La información contable y financiera de las microempresas comerciales es inexistente, deficiente y desordenado, lo que imposibilita determinar los ratios clásicos de rentabilidad. Sin embargo, bajo el enfoque del margen de utilidad sobre las ventas, encontramos que el 40.7% de las microempresas comercializadoras del distrito de Tarapoto poseen un margen de utilidad menores al 20%, mientras que el 53.4% ostentan un margen mayor que oscila entre 20 y 40 % y el 5.9 % tienen márgenes superiores al 40%. La cuantía de los márgenes de utilidad se explican por el lado de los precios y no propiamente por los niveles de eficiencia de las microempresas, habida cuenta que la ciudad de Tarapoto junto a Iquitos, Pucallpa y Puerto Maldonado son consideradas como las ciudades con mayor costo de vida nivel país, urgiendo de mayores márgenes de ganancias para compensar sobrecostos adicionales que devienen de la venta de los productos (p. 85).

Esa investigación manifiesta que las microempresas de ese sector estudiado, es complicado determinar los ratios de rentabilidad debido a la inexistencia de información contable y financiera, pero sin embargo basándose en el enfoque de utilidad sobre ventas identificó que más del 50% de microempresas estudiadas obtiene una rentabilidad promedio sobre ventas mayor al 20% y menor o igual al 40% y sólo un el 5.9% tiene un margen superior al 40%. Lo mencionado anteriormente es corroborado con los resultados encontrados en esta investigación registrados en la tabla N° 10, donde cuatro tipos de negocios de los siete estudiados demuestran tener una rentabilidad superior al 20% e inferior al 40% y sólo tres tienen un margen superior al 40%.

Es así que se puede afirmar que en más de un lugar de nuestro país las microempresas obtienen un rentabilidad sobre ventas superior al 20%, pero lo lamentable es que sus dueños no tengan la capacidad para poder calcular dicha rentabilidad por lo que no pueden obtener las ventajas que este resultado les puede ofrecer, una de ella y la más importante mejorar su gestión.

Vázquez (2014) en su tesis titulada “Análisis de la rentabilidad de la farmacia Bazan de Chimbote en los periodos 2010 al 2013” empleando como diseño de investigación No experimental-Longitudinal, como tipo de investigación descriptivo, con método de investigación analítico, con una población unitaria y por ende sin muestra, concluye lo siguiente:

Al comparar los resultados de la rentabilidad en los periodos 2010 al 2013 de la Farmacia Bazán, podemos deducir que la situación de la empresa está bien orientada, como se puede observar en el cuadro N° 12, que el año 2010 tuvo un 0.57%, para el año 2011 descendió a un 0.45%, para el año 2012 aumentó a 0.56% y para el año 2013 aumentó favorablemente 0.64%, debido a que la empresa tiene mayores ingresos por ventas y sus costos y gastos se muestran en proporción al incremento de sus ventas (p. 103).

La investigación mencionada líneas arriba demuestra que toda empresa que aumente sus ingresos tiende a aumentar su rentabilidad pero, no es lo mismo afirmar que cuando una empresa “X” tiene más ingresos que una empresa “Y”, es que la primera sea más rentable que la segunda. Así lo constata esta investigación, en los resultados plasmados en la tabla N° 10, donde la microempresa que tiene la mayor rentabilidad en el sector del PPAO son los internet y precisamente estos no son los que tienen los mayores ingresos, ya que el tipo de microempresas que registró los mayores ingresos fueron los restaurants, sin embargo, estos fueron junto a las librerías y las panaderías que tuvieron la menor rentabilidad, es decir, con 24,84%; 24.63% y 23.11% respectivamente, mientras que los otros 4 tipos de negocios superaron en gran medida el 30%, y poniendo así a los internet en primer lugar con un 55.77% de rentabilidad sobre ventas.

Es así que los resultados de esta investigación describen y corroboran que las empresas más rentables, no precisamente son las que tienen los mayores ingresos.

Ramos, (2014) en su tesis titulada “Sistema de costos y la rentabilidad en la microempresa de fabricación de bloques en el sector de la Cangahua provincia de Cotopaxi”, empleando el tipo de investigación relacional con una población de 9 microempresas concluye lo siguiente:

El cálculo del Margen Bruto dentro de los índices de rentabilidad es un factor muy importante para la toma de decisiones; ya que, se pueden hacer negocios de manera más eficiente porque se tiene un claro panorama de cuánto se desea obtener de ganancia en una venta. Sin embargo, éstas microempresas no conocen realmente la rentabilidad que sus productos le generan, debido a que simplemente se basan en la experiencia que cada uno de ellos tienen en el negocio de la fabricación de bloques y por tanto sus productos son vendidos según lo determinado por la competencia y el medio en el que se genera su actividad económica.

Definitivamente todo empresario tiene que saber cuánto será su ganancia, pero la investigación mencionada líneas arriba manifiesta que los microempresarios encuestados no conocen realmente la rentabilidad que obtienen de su negocio lo cual se confirma con la realidad del sector del PPAO, plasmado en la realidad problemática de esta investigación, donde los microempresarios tampoco conocen cuánto equivale la rentabilidad sobre ventas de su negocio lo que para ellos significa no aprovechar de manera óptima beneficios como el financiamiento para reinvertir o expandir su negocio en otros lugares y no poder proyectarse al largo plazo con su negocio.

Pues bien, después de analizar los antecedentes con los resultados encontrados en esta investigación, se deduce que es una realidad nacional en que la mayoría de la microempresas existentes desconoce su rentabilidad. La primera razón, es porque estas aún no tienen el apoyo de las autoridades de turno que se preocupen en facilitarles información para que su gestión sea mejor a la que actualmente tienen, la segunda razón, es la falta involucramiento de la universidades aledañas con este sector de empresas, especialmente las facultades especialistas en ciencias empresariales que son las encargadas de hacerse notar que verdaderamente existen en nuestra región a través de la ayuda profesional que puedan brindarles a estos microempresarios que tienen escasos o casi nulos conocimientos empresariales y, tercero el conformismo por parte de los propios dueños de estos negocios en no querer mejorar.

V. CONCLUSIONES

- En el estudio se identificó que los ingresos por ventas que registran las microempresas en el sector del PPAO, los 7 tipos estudiados superan los S/. 1000 soles mensuales. En el caso de las bodegas el 46% manifiesta tener ingresos diarios entre S/. 51 y S/. 100; de los restaurantes encuestados el 78% menciona tener ingresos diarios entre S/. 201 a más; el 71% de la librerías indicaron tener ingresos diarios de S/. 1 y S/. 50; por otro lado, el 60% de los internet aseguran tener ingresos diarios entre S/. 51 y S/. 100; asimismo, el 67% de los salones de belleza dijeron tener ingresos diarios entre S/. 51 y S/. 100; el 50% de las jugueterías manifestaron tener ingresos diarios entre S/. 1 y S/ 50 y por último el 50% de la panaderías aseguró tener ingresos diarios entre S/. 151 y S/ 200. Estos resultados afirman que los ingresos por ventas mensual de la microempresas del PPAO tienen un mínimo de S/ 1000 soles mensual y un máximo S/ 3000 lo que demuestra que los ingresos por ventas son aceptables ya que estas microempresas por sus tamaño tienen pocos gastos (Tabla N° 10).
- Los costos que registran las microempresas del PPAO, no superan el 60% de las ventas. En el caso de las bodegas sus costos están en 59,9%; los restaurant tienen un costo de 49,8%; las librerías tienen un costo de 49,4%; los internet tienen un costo de 16,6%; los salones de belleza tienen un costo de 49,6%; las jugueterías tienen un costo de 49,5% y las panaderías tienen un costo de 49,8%. Estos resultados nos indican que las microempresas del PPAO, tienen una utilidad bruta mínima de 40% y una máxima de 83%. Por otro lado, los gastos en las bodegas son de S/. 88.83; en los restaurant S/. 1410.83; en las librerías S/. 175.29; en los internet S/. 591.70, en los salones de belleza S/. 139.33, en las jugueterías S/. 76 y en las panaderías S/.1186.50. Los gastos que tienen estas microempresas están enfocados de acuerdo al tipo de negocio, siendo las bodegas las que registran los menores gastos y lo restaurant los que registran los mayores gastos. Cabe mencionar que, las bodegas no registran mucho gasto debido a que estas no pagan personal tal como lo hacen los restaurant (Tabla N° 9).

- La rentabilidad promedio sobre ventas que tienen las microempresas en el sector del PPAO es superior al 20%, siendo la rentabilidad máxima de 55.77% de los internet y la más baja de 23,11%. Asimismo, se afirma que estas microempresas son capaces de generar utilidades con poco gasto a diferencia de las grandes empresas (Tabla N° 10).

VI. RECOMENDACIONES

- A los microempresarios del PPAO se les recomienda, que deben atender todos los días de la semana para mantener o aumentar los ingresos que actualmente presentan porque esto les permite aumentar sus ingresos, y de alguna manera aumentar su rentabilidad, ya que esto es directamente proporcional. Asimismo, deben preocuparse en buscar capacitación profesional en cuanto a temas de negocio que ellos desconocen.
- A los microempresarios del PPAO se les recomienda utilizar un cuaderno de apuntes para poder registrar las compra de su mercadería, así como también, todos los gastos que puedan realizar en el día, la semana o en el mes, y de esa manera se den cuanta los gastos que tienen, y así facilitar sus costos.
- Se les recomienda a las universidades aledañas a mostrar interés en estas microempresas no sólo del PPAO, si no en todas las microempresas que existan en nuestro distrito para que de alguna manera los dueños de estos negocios puedan mejorar la administración de sus negocios y por ende, aumentar su rentabilidad.
- Se recomienda a futuros investigadores realizar un estudio experimental al rubro de las microempresas, separando a éstas en dos grupos, un grupo sin asesoramiento empresarial y otro con asesoramiento, para ver la diferencia que existe en cuanto a la rentabilidad de cada grupo. Para que luego se proponga un plan de mejora para este tipo de empresas.

VII. REFERENCIAS

- Aching, C. (2005). *Ratios financieros para el análisis de estados financieros*. Consultado en agosto 30, 2018, de <http://www.gestiopolis.com/ratios-financieros-para-el-analisis-de-estados-financieros/>
- Alegre, J. y Cladera, M. (2002). *Introducción a la estadística descriptiva para economistas*. Consultado en junio 9, 2018, de <http://www.uib.cat/depart/deaweb/personal/profesores/personalpages/magdalenacladera/Estadistica/Material101.PDF>
- Alcalde, P. (2010). *Calidad*. 2º ed. España: Paraninfo
- Andrade, C. (2011). La producción y la rentabilidad de la empresa de construcciones y hormigones “ECOHORMIGONES” Cía. Ltda., en el año 2010. (Tesis de pregrado). Universidad Técnica de Ambato, Amabato, Ecuador. Recuperado de <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/1451/1/TE0002.pdf>
- Apaza M. (2006). *Consultor Financiero*. Lima, Perú: Pacífico editores.
- Apaza M. (2011). *Estados financieros: Formulación, Análisis e Interpretación conforme a las NIIFs y al PCGE*. Breña, Perú: Pacífico editores.
- Blanco E. (2010). *Manual práctico de operaciones financieras*. Málaga, España: EUMED.
- BID. (08 de enero de 2003). *PYMES y Microempresa*. Banco Interamericano de Desarrollo. Recuperado de <http://www.iadb.org/es/noticias/hojas-informativas/2003-01-08/pymes-y-microempresa,2592.html>
- Castillo N. (15 de febrero de 2016). Mypes, un mercado con potencial para más productos financieros. *El comercio*. Recuperado de http://elcomercio.pe/economia/dia-1/mypes-mercado-potencial-mas-productos-financieros-noticia-1878704?ref=flujo_tags_513994&ft=nota_6&e=titulo

- Contabilidad básica. *Material para el seguimiento de cursos de bachillerato técnico de Administración de la Universidad de Trabajo del Uruguay* (19 de mayo de 2014). Consultado en mayo 9, 2018, de <http://contabilidad-utu1.blogspot.pe/2014/05/concepto-de-ingresos-costos-gastos.html>
- Gerencie.com. *Rentabilidad* (12 de junio de 2010). Consultado en mayo 5, 2018, de <http://www.gerencie.com/rentabilidad.html>.
- Hernández R, Fernández C y Batista M. (2010). *Metodología de la investigación*. 5ª ed. México: Mc Graw Hill.
- Hernández R, Fernández C y Batista M. (2014). *Metodología de la investigación*. 6ª ed. México: Mc Graw Hill.
- Horgreen Ch, Foster G y Datar S. (2002). *Contabilidad de costos: un enfoque gerencial*. 10ª ed. México: Prentice Hall.
- Ley N° 30056. *Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial*. Diario Oficial el peruano, Lima, Perú. 2 de julio de 2013.
- Ley N° 28015. *Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa*. Diario Oficial el peruano, Lima, Perú. 3 de julio de 2003.
- López V y Nevado D. (2013). *Gestione y controle el valor integral de su empresa*. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos S.A.
- Martínez, N. (2009). *Factores de rentabilidad en las decisiones financieras*. Consultado en mayo 15, 2018, de <http://www.monografias.com/trabajos72/factores-rentabilidad-decisiones-financieras/factores-rentabilidad-decisiones-financieras2.shtml>
- Meigs, R y et al. (2001). *Contabilidad: la base para decisiones gerenciales*. 11ª ed. México: Mc Graw Hill.

- Mercado, R. (2014). El mercado de valores como fuente de financiamiento para la micro y pequeña empresa. (Tesis de maestría). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima. Recuperado de <http://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/cybertesis/3894>
- OIT: mypes son las mayores generadoras de empleo en la región. (8 de septiembre de 2015). *El comercio*. Recuperado de http://elcomercio.pe/economia/mundo/oit-mypes-son-mayores-generadoras-empleo-region-noticia-1839318?ref=flujo_tags_513994&ft=nota_7&e=titulo
- Ortega Castro A. (2008). *Planeación financiera estratégica*. México: McGraw-Hill.
- Pérez, J. *Coeficiente alfa de cronbach* (27 de julio de 2014). Consultado el en junio 7, 2018, de <http://asesoriatesis1960.blogspot.pe/2014/07/coeficiente-alfa-de-cronbach.html>
- Rengifo, J. (2011). Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro artesanía shipibo-conibo del distrito de Callería-Provincia de Coronel Portillo, periodo 2009-2010. (*Tesis de pregrado*). Universidad Uladech Católica, Pucallpa. Recuperado de <http://erp.uladech.edu.pe/archivos/03/03012/documentos/repositorio/2012/01/03/000180/00018020130821115047.pdf>
- Rengifo, M. (2011). El crédito y la rentabilidad de las microempresas comerciales del distrito de Tarapoto. (Tesis de maestría). Universidad Nacional Agraria de la Selva, Tingo María. Recuperado de <http://tesis.unsm.edu.pe/jspui/bitstream/11458/323/1/Miguel%20%C3%81ngel%20Rengifo%20Arias.pdf>

- Stickney C y et al. (2012). *Contabilidad financiera: una introducción a conceptos, métodos y uso*. Buenos Aires, Argentina: Cengage Learning.
- Tarí, Juan. (2000). *Calidad total: fuente de ventaja competitiva*. Alicante: Publicaciones Universidad de Alicante. Consultado en mayo 25, 2018, de <http://www.biblioteca.org.ar/libros/133000.pdf>
- Tunal, Gerardo. (2003). El Problema de Clasificación de las Microempresas. (Revista científica). Universidad de los Andes, Venezuela. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=25700707>
- Vázquez, M. (2014). *Análisis de la rentabilidad de la farmacia Bazan de Chimbote en los periodos 2010 al 2013*. (Tesis de pregrado). Universidad César Vallejo, Nuevo Chimbote.
- Valderrama, S. y León, L. (2009). *Técnicas e instrumentos para la obtención de datos en la investigación científica*. Lima, Perú: San Marcos.

ANEXOS

nexo N° 1: Matriz de consistencia

Título	Problema	Objetivos	Hipótesis	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Análisis de la rentabilidad promedio de las microempresas, del PPAO en el distrito de Nuevo Chimbote 2018.	¿Cuál es la rentabilidad promedio de las microempresas, en el PPAO del distrito de nuevo Chimbote 2018?	<p>Objetivo general.</p> <p>Determinar la rentabilidad promedio de las microempresas en el sector del PPAO-Nuevo Chimbote</p> <p>Objetivos específicos.</p> <p>Identificar los ingresos por ventas mensuales de las Microempresas del PPAO-Nuevo Chimbote con el fin de determinar su rentabilidad.</p> <p>Calcular los gastos y costos de las microempresas del PPAO-Nuevo Chimbote con el fin de determinar sus utilidades mensuales.</p> <p>Calcular la rentabilidad sobre ventas de las microempresas por cada tipo de negocio, del PPAO-Nuevo Chimbote.</p>	<p>Hi. La rentabilidad promedio sobre ventas de las microempresas del PPAO-Nuevo Chimbote es superior al 20%.</p> <p>H0. La rentabilidad promedio sobre ventas de las microempresas del PPAO-Nuevo Chimbote es inferior al 20%.</p>	Rentabilidad de las microempresas	Es la capacidad que tiene toda empresa para generar utilidades en un determinado tiempo, midiendo así la eficiencia de sus directivos (Apaza, 2006).	Proceso que permite medir la capacidad de una empresa para generar beneficios y dicha medición se consigue a través del análisis de sus ingresos, egresos, costos, gastos y ganancias que la empresa tiene.	Cantidad y Porcentaje	<p>Ingresos</p> <p>Costos</p> <p>Gastos</p> <p>Utilidad</p>	<p>1 3 4 5</p> <p>2</p> <p>6 7 8 9 10 11</p> <p>2</p>	Razón

Anexo N°2: CUESTIONARIO

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS MICROEMPRESARIOS DEL PPAO – NUEVO CHIMBOTE

Agradecemos anticipadamente su colaboración, así como por su valiosa información, que será tratada en forma anónima y confidencial.

IDENTIFICACIÓN DEL ENCUESTADO

Edad:

Sexo: M ☐ F ☐

Grado de instrucción: ☐ Primaria

☐ Secundaria

☐ Técnico

☐ Superior

Estado civil: ☐ Soltero

☐ Casado

☐ Viudo

☐ Divorciado

☐ Conviviente

IDENTIFICACIÓN DE LA MICROEMPRESA

Tipo de negocio: ☐ Bodega ☐ Restaurant ☐ Internet ☐ Juguería ☐ Panadería ☐ Salones de belleza ☐ Librería

Tiempo de Funcionamiento: ☐ 1-3 años ☐ 4-7años ☐ 8-11 años ☐ 12-15 años ☐ 16 años a más.

Instrucciones: Marque con un “X” sólo una respuesta por cada pregunta planteada.

1. ¿A cuánto equivalen sus ingresos por ventas diario en promedio?
 - a) Entre S/. 1 y S/. 50 ☐
 - b) Entre S/. 51 y S/. 150 ☐
 - c) Entre S/. 151 y S/. 300 ☐
 - d) Entre S/. 301 y S/. 500 ☐
 - e) Entre S/. 501 a más. ☐
2. ¿Cuánto cree usted que es su ganancia, de esos ingresos por ventas diario en promedio?
 - a) Entre S/. 0 y S/. 25 ☐
 - b) Entre S/. 26 y S/. 75 ☐
 - c) Entre S/. 76 y S/. 150 ☐
 - d) Entre S/. 151 y S/. 250 ☐
 - e) Entre S/. 251 a más. ☐
3. ¿Obtiene usted otros ingresos a parte de los ingresos de su negocio?
 - a) Definitivamente Si ☐
 - b) Si ☐
 - c) Algunas veces ☐
 - d) No ☐
 - e) Definitivamente No ☐
4. Si usted tiene otros ingresos a parte de los ingresos de su negocio ¿A cuánto equivalen mensual?

- a) Entre S/. 101 y S/.300 ☐
- b) Entre S/. 301 y S/.600 ☐
- c) Entre S/. 601 y S/.900 ☐
- d) Entre S/. 901 a más. ☐
- e) No tengo otros ingresos ☐

5. ¿Junta usted los ingresos de su negocio con los ingresos extra que tiene?

- a) Siempre ☐
- b) Casi siempre ☐
- c) Algunas veces ☐
- d) Casi nunca ☐
- e) Nunca ☐

6. ¿Cuánto gasta usted en servicios de agua al mes para su negocio?

- a) Entre S/. 11 y S/.20 ☐
- b) Entre S/. 21 y S/.30 ☐
- c) Entre S/. 31 y S/.40 ☐
- d) Entre S/. 41 y S/. 50 ☐
- e) Entre S/. 51 a más ☐

7. ¿Cuánto gasta usted en servicios de energía eléctrica al mes para su negocio?

- a) Entre S/. 11 y S/.50 ☐
- b) Entre S/. 51 y S/.90 ☐
- c) Entre S/. 91 y S/.130 ☐
- d) Entre S/. 131 y S/. 170 ☐
- e) Entre S/. 171 a más ☐

8. ¿Cuánto gasta usted al mes en alquiler de local?

- a) Entre S/. 51 y S/.200 ☐
- b) Entre S/. 201 y S/.350 ☐
- c) Entre S/. 351 y S/.500 ☐
- d) Entre S/. 501 a más. ☐
- e) No alquilo local ☐

9. ¿Cuánto paga usted en total a todos sus trabajadores al mes?

- a) Entre S/. 701 y S/.1000 ☐
- b) Entre S/. 1001 y S/.1300 ☐
- c) Entre S/. 1301 y S/.1600 ☐
- d) Entre S/. 1601 a más. ☐
- e) No pago personal ☐

10. ¿Cuánto gasta usted en impuesto al mes?

- a) Entre S/. 20 y S/.50 ☐
- b) Entre S/. 51 y S/.80 ☐
- c) Entre S/. 81 y S/.110 ☐
- d) Entre S/. 111 a 140 ☐
- e) No pago impuestos ☐

11. ¿Tiene usted otros gastos, a parte de los ya mencionados en su negocio?

Sí ☐ S/. ☐ No

¡Muchas gracias por su colaboración!

Encuestador: *Alex Arevalo Carmen*

**Anexo Nº 3: Ficha técnica del cuestionario que se aplicará para
recolectar datos en este proyecto de investigación.**

Nombre de la encuesta: Rentabilidad promedio del microempresario del PPAO.

Autor: Arevalo Carmen, Alex.

Procedencia: Chimbote – Perú.

Administración: Instrumento elaborado de manera individual.

Duración: Aproximadamente de 5 a 10 minutos.

Aplicación: A todos los dueños o encargados de las microempresas del sector PPAO- Nuevo Chimbote.

Nivel Lector: Grado de instrucción, secundaria completa.

Puntuación: Se calificará sus respuestas de manera computarizada.

Significación: Los resultados que se obtengan serán redactados en cantidad y porcentaje, enfocados en los cuatro indicadores que el cuestionario presenta que son: ingresos, costos, gastos y utilidad neta.

Usos: Especialmente en Administración y Finanzas.

Materiales: Cuestionario que contiene 11 ítems.

*Las respuestas que contienen estos ítems en su mayoría presentan 5 alternativas.

Anexo Nº 4: Confiabilidad de cuestionario.

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	10	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,708	11

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
¿A cuánto equivalen sus ingresos por ventas diario en promedio?	33,50	32,722	,631	,636
¿Cuánto cree usted que es su ganancia, de esos ingresos por ventas diario en promedio?	34,10	34,544	,476	,665
¿Obtiene usted otros ingresos a parte de los ingresos de su negocio?	32,60	27,600	,648	,623
Si usted tiene otros ingresos a parte de los ingresos de su negocio ¿A cuánto equivalen mensual?	31,80	37,289	,786	,653
¿Junta usted los ingresos de su negocio con los ingresos extra que tiene?	31,60	39,822	,535	,680
¿Cuánto gasta usted en servicios de agua al mes para su negocio?	33,20	32,844	,604	,641
¿Cuánto gasta usted en servicios de energía eléctrica al mes para su negocio?	33,40	29,822	,673	,619
¿Cuánto gasta usted al mes en alquiler de local?	31,70	44,456	-,069	,737

¿Cuánto paga usted en total a todos sus trabajadores al mes?	32,00	48,222	-,304	,782
¿Cuánto gasta usted en impuesto al mes?	35,40	44,489	,000	,715
¿Tiene usted otros gastos, a parte de los ya mencionados en su negocio?	34,70	44,456	-,031	,720

Anexo N° 5: ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
--	--	---

Yo, Juan Francisco Salazar Llanos, Docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo Chimbote, revisor de la tesis titulada:

"Análisis de la rentabilidad promedio de las microempresas, del PPAO en el distrito de Nuevo Chimbote 2018", del estudiante Arévalo Carmen Alex Yoel, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 6% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.


El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Lugar y Fecha: Nuevo Chimbote, 07 de diciembre de 2018


.....
MBA, Salazar Llanos Juan Francisco

DNI: 44137812

Anexo N° 6: AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV

	AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV	Código : F08-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
---	--	---

Yo ALEX YOEL AREVALO CARMEN identificado con DNI N° 76338830
Egresado de la Escuela Profesional de ADMINISTRACION de la
Universidad César Vallejo, autorizo (X), No autorizo () la divulgación y comunicación pública
de mi trabajo de investigación titulado :
"ANÁLISIS DE LA RENTABILIDAD PROMEDIO DE LAS MICROEMPRESAS,
DEL PPAO EN EL DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE 2018"
; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado
en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art.23 y Art. 33.

Fundamentación en caso de no autorización:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....


.....
Firma

DNI: 76338830

FECHA: 14 de DICIEMBRE del 2018

Anexo N° 7: AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE
EP DE ADMINISTRACIÓN

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:
ALEX YOEL AREVALO CARMEN

INFORME TITULADO:

"ANÁLISIS DE LA RENTABILIDAD PROMEDIO DE LAS MICROEMPRESAS, DEL
PPAO EN EL DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE 2018"

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

SUSTENTADO EN FECHA: 14/12/2018

NOTA O MENCIÓN: Diecisiete (17)




FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN